

Treball de fi de grau

Títol

La influència de la digitalització en les dinàmiques dels periodistes: l'ús de Twitter com a complement en la tasca professional informativa

Autor/a

Alba Pueyo Busquets

Tutor/a

Josep Maria Blanco Pont

Departament	Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Recerca
Data	03/06/2016

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català: La influència de la digitalització en les dinàmiques dels periodistes: l'ús de Twitter com a complement en la tasca professional informativa

Castellà: La influencia de la digitalización en las dinámicas de los periodistas: el uso de Twitter como complemento en la tarea profesional informativa

Anglès: The influence of digitization in the dynamics of journalists: Twitter as a complement to the professional informative task

Autor/a: Alba Pueyo Busquets

Tutor/a: Josep Maria Blanco Pont

Curs: 2014/15 **Grau:** Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català: Periodisme, digitalització, noves tecnologies, Twitter, rutines periodístiques, xarxes socials, polivalència

Castellà: Periodismo, digitalización, nuevas tecnologías, Twitter, rutinas periodísticas, redes sociales, polivalencia

Anglès: Journalism, digitalization, new technologies, Twitter, journalism routines, social networks, versatility

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: La digitalització i la proliferació de les noves tecnologies han capgirat les rutines periodístiques tradicionals. Les empreses de comunicació han començat a incorporar diferents eines i plataformes per a donar informació. Davant d'això, els professionals del sector han hagut d'adquirir i aprendre coneixements per tal d'utilitzar-les al seu dia a dia. El present treball analitza com Twitter s'ha convertit en una eina complementària de la tasca professional informativa a partir del testimoni de tres periodistes que treballen en mitjans de comunicació catalans. Comentem amb ells les transformacions que ha viscut el sector, ens expliquen com han encaixat tots aquests canvis i analitzem la seva pràctica periodística a la plataforma social.

Castellà: La digitalización y la proliferación de las nuevas tecnologías han cambiado las rutinas periodísticas tradicionales. Las empresas de comunicación han empezado a incorporar diferentes herramientas y plataformas para dar información. Ante eso, los profesionales del sector han tenido que adquirir y aprender conocimientos para utilizarlas a su día a día. El presente trabajo analiza cómo Twitter se ha convertido en una herramienta complementaria de la tarea profesional informativa a partir del testigo de tres periodistas que trabajan en medios de comunicación catalanes. Comentamos con ellos las transformaciones que ha vivido el sector, nos explican cómo han encajado todos estos cambios y analizamos su práctica periodística en la plataforma social.

Anglès: The digitalisation and the proliferation of the new technologies have capsized the traditional journalistic routines. The companies of communication have begun to incorporate different tools and platforms to give information. In front of this, the professionals of the sector have had to learn knowledges in order to use them in their routines. The present research analyses how Twitter has turned into a complementary tool of the informative professional task from the witness of three journalists that work in Catalan media. We comment with them the transformations the sector has lived, they explain us how they have fit all these changes and we analyse their journalistic practice of the social platform.

A la meva família, pel suport que m'han donat a l'hora de portar a terme la recerca.

A en Josep Maria Blanco, per la confiança dipositada i la motivació per dur a terme aquest treball.

Als periodistes Alfonso Congostrina, Laura López i Jordi Julià per la disposició en participar a la recerca aportant la seva experiència com a professionals.

Als experts Albert Muñoz i Rosa Alba Roig, per l'interès en aportar una visió acadèmica al treball.

ÍNDEX

Llista de figures	3
Llista de taules	4
1. INTRODUCCIÓ	5
1.1. Plantejament i justificació de la pregunta d'investigació	5
1.2. Elecció del tema	6
1.3. Objecte d'estudi	8
1.4. Objectius	8
1.4.1. Objectius generals	8
1.4.2. Objectius específics	8
1.4.2.1. Objectius descriptius	8
1.4.2.2. Objectius explicatius	8
2. MARC TEÒRIC	9
2.1. Del periodisme tradicional al digital	9
2.1.1. La crisi del periodisme	10
2.1.2. Convergència i integració de redaccions	10
2.1.3. Característiques del periodisme digital	12
2.1.4. Digitalització, una oportunitat per al periodisme	13
2.2. Noves rutines periodístiques	14
2.3. Nous perfils professionals	16
2.3.1. Habilitats del periodista en l'entorn digital	18
3. METODOLOGIA	22
3.1. Justificació i tipus d'investigació	22
3.2. Recerca documental	22
3.3. Selecció de l'eina: Twitter	23
3.4. Tècnica d'observació: entrevista en profunditat	23
3.4.1. Selecció dels entrevistats	24
3.4.2. Preparació de les entrevistes	25
3.5. Recollida de les dades: selecció del corpus de tuïts	29
3.6. Processament de les dades	30
3.6.1. Processament de les entrevistes	30
3.6.2. Processament del corpus de tuïts	32

4. INVESTIGACIÓ DE CAMP	33
4.1. Anàlisi de resultats de les entrevistes	33
4.1.1. Canvis en l'exercici del Periodisme	33
4.1.2. Avantatges i inconvenients de les noves tecnologies	34
4.1.3. Ús de Twitter com a complement en la tasca professional informativa	35
4.1.4. Adquisició de les habilitats i aptituds necessàries	36
4.1.5. Criteris a l'hora de fer un tuït	37
4.1.6. Etiquetes generades per l'audiència	38
4.1.7. Errors detectats a Twitter	38
4.1.8. Twitter, eina essencial per al Periodisme	39
4.1.9. Paper del periodista a les xarxes socials	39
4.1.10. Plans d'estudi de les universitats	40
4.1.11. Futur de les eines socials	41
4.1.12. Taula resum amb les principals conclusions	41
4.2. Anàlisi de resultats del corpus de tuïts	45
4.2.1. Alfonso Congostrina	45
4.2.2. Laura López	48
4.2.3. Jordi Julià	49
4.2.4. Comparativa	51
4.2.5. Taula resum amb les principals conclusions	53
5. CONCLUSIONS	55
5.1. Conclusions de la recerca	55
5.2. Discussió i línies de futur	58
6. BIBLIOGRAFIA	59
7. ANNEXOS	63
7.1. Taula per a l'anàlisi qualitativa de les entrevistes	63
7.2. Transcripció de les entrevistes	73
7.3. Taula per a l'anàlisi qualitativa del corpus de tuïts	103
7.4. Selecció del corpus de tuïts	108

LLISTA DE FIGURES

Figura 1. Captura de pantalla de la llista privada amb els comptes dels periodistes entrevistats. Elaboració pròpia a partir de Twitter. (pàgina 29)

Figura 2. Captura de pantalla de la cerca avançada de Twitter on es poden visualitzar els diferents camps específics per tal d'obtenir informació. Elaboració pròpia. (pàgina 30)

Figura 3. Gràfic del nombre de tuïts publicats per Congostrina al llarg de les setmanes analitzades. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @alfcongostrina. (pàgina 45)

Figura 4. Gràfic del nombre de tuïts publicats per Congostrina en cada cobertura informativa al llarg de les setmanes analitzades. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @alfcongostrina. (pàgina 46)

Figura 5. Gràfic del nombre de tuïts que contenen cada element de la plataforma. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @alfcongostrina. (pàgina 47)

Figura 6. Gràfic del nombre de tuïts publicats per López al llarg de les setmanes analitzades. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @lauraLsedano. (pàgina 48)

Figura 7. Gràfic del nombre de tuïts que contenen cada element de la plataforma. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @lauraLsedano. (pàgina 49)

Figura 8. Gràfic del nombre de tuïts publicats per Julià al llarg de les setmanes analitzades. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @enjordi Julia. (pàgina 50)

Figura 9. Gràfic del nombre de tuïts que contenen cada element de la plataforma. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @enjordi Julia. (pàgina 51)

Figura 10. Gràfic del nombre de tuïts publicats per cada periodista al llarg de les setmanes analitzades. Elaboració pròpia a partir dels comptes de Twitter @alfcongostrina, @enjordi Julia i @lauraLsedano. (pàgina 52)

LLISTA DE TAULES

Taula 1. Plantilla de la taula per al processament de les dades obtingudes a les entrevistes. Elaboració pròpia. (pàgina 31)

Taula 2. Plantilla de la taula per al processament de les dades extretes del corpus de tuïts analitzat. Elaboració pròpia. (pàgina 32)

Taula 3. Taula resum de les conclusions més destacades dels entrevistats a l'apartat "Anàlisi de resultats de les entrevistes". Elaboració pròpia a partir dels resultats de les entrevistes. (pàgina 42)

Taula 4. Taula resum de les conclusions més destacades dels usos de Twitter per part de cada entrevistat de l'apartat "Anàlisi de resultats del corpus de tuïts". Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi del corpus de tuïts. (pàgina 53)

INTRODUCCIÓ

1.1. Plantejament i justificació de la pregunta d'investigació

L'aparició de les noves tecnologies a finals del segle XX ha comportat el creixement i l'aparició de nous models de periodisme. La digitalització ha impulsat canvis revolucionaris que han donat més poder als mitjans i als periodistes. Internet ha permès la universalitat, la immediatesa i la multiplataforma, fet que ha comportat un canvi de model en l'ofici del periodisme: el periodista ha perdut el monopoli de la paraula.

En els darrers anys s'ha redefinit la relació dels mitjans amb l'audiència, evolucionant a una comunicació més horitzontal, multidireccional i simultània (Salaverría, 2012)¹. Per primera vegada a la història emissors i receptors tenen accés a les mateixes eines de comunicació: l'audiència té la paraula i el poder, o, almenys, una part d'ells.

Segons les últimes dades de l'Estudi General de Mitjans (2015), Internet té una penetració d'un 66,7% d'usuaris al dia, sent al mateix temps el mitjà que més ha evolucionat des del 1995 al 2015, passant de 0,9% a 66,7%. De fet, en els darrers tres anys l'augment de la seva penetració ha estat d'un 20%.

La digitalització ha comportat un canvi d'hàbits de lectura entre els usuaris, ja que s'han multiplicat els suports de difusió. A més, la informació a Internet és gratuïta, fet que també ha derivat en el tancament de moltes capçaleres de premsa escrita. Actualment, la gran majoria de la població compta amb un telèfon mòbil o un ordinador, a partir del qual pot llegir totes les notícies al moment, sigui al lloc on sigui. Davant d'això, els mitjans s'han vist obligats a combinar els productes clàssics tradicionals amb els suports digitals i les xarxes socials per tal d'arribar més fàcilment a l'usuari (Salaverría, 2012).

Enmig d'aquest canvi de paradigma, on les noves tecnologies han transformat completament l'escenari periodístic actual, ha sorgit un nou perfil de periodista a la xarxa. La digitalització ha promocionat un professional que genera tuïts a Twitter de manera simultània davant de la cobertura d'un esdeveniment, ja sigui seleccionant-los o transformant-los, afegint-hi contingut informatiu.

D'aquesta manera, malgrat que les empreses periodístiques estiguin passant per moments de dificultat econòmica, la majoria d'elles han aprofitat de manera indiscutible Twitter per la seva popularització i difusió, ja que l'eina s'ha convertit en la punta de l'iceberg de totes les tasques que ha de portar a terme

¹ Excepte en el cas que s'especifiqui, totes les traduccions de les cites d'altres llengües al català són obra de l'autora d'aquest treball.

el professional de la comunicació actualment. Tot i així, el model de negoci de l'eina social i la crisi han posat en tela de judici la seva solvència i continuïtat.

Davant de l'aparició d'aquest fet va sorgir-nos la curiositat de saber com el professional ha hagut d'adaptar les seves habilitats a aquesta nova realitat i quines aptituds ha hagut d'adquirir per poder parlar el llenguatge de l'audiència, saber fer ús dels mitjans que el públic utilitza per a posteriorment poder assimilar-los i utilitzar-los per a informar, a més de fer totes les tasques tradicionals que se li encarreguen, ja sigui d'enregistrament, edició o locució.

Actualment, moltes empreses de comunicació opten per incrementar la seva presència a les xarxes socials exigint a la seva plantilla que faci ús de Twitter per tal d'informar i apropar-se més a l'audiència. Davant del 'boom' de les noves tecnologies, els periodistes i els mitjans s'han vist obligats a fer ús d'aquests recursos i aplicacions per cridar l'atenció i atreure al públic per tal de fidelitzar-lo.

1.2. Elecció del tema

Des d'un primer moment teníem clar que volíem fer un estudi relacionat amb el Treball de Recerca que vam portar a terme l'any 2012 durant el Batxillerat. Llavors la pregunta d'investigació era si a partir de Twitter algú podia estar ben informat. A partir d'un experiment portat a terme a la part pràctica del treball, mitjançant el qual es realitzava una comparació dels continguts dels mitjans en paper i els seus respectius comptes de Twitter, es va demostrar que de la plataforma social Twitter només se'n podien obtenir titulars, que per estar realment informat s'havia d'acabar entrant al cos de la notícia penjada en el respectiu portal web de cada mitjà de comunicació. No obstant això, tant Twitter com la resta de xarxes socials han donat un gir en els darrers anys i cada vegada hi ha més trets relacionats amb l'audiència.

Tal i com s'ha exposat a l'apartat anterior, la digitalització ha promocionat un nou perfil professional a Internet amb un conjunt de competències i habilitats concretes, molt diferents de les que tenia fins ara. Per tant, el periodista ha hagut d'adaptar-se a aquests canvis i canviar les seves rutines periodístiques. Actualment el comunicador ja no només es limita a donar informació per televisió, ràdio, paper o Internet. Cada vegada va obtenint una relació més estreta amb l'audiència i comença a incorporar tècniques i continguts d'aquesta a l'hora de donar a conèixer un fet informatiu.

Per exemple, a dia d'avui, el periodista, a més de dur a terme totes les tasques convencionals de l'ofici, ha de generar tuïts informatius paral·lelament mentre realitza les altres tasques que se li encarreguen. A més, en moltes ocasions, el professional, en piular un tuït, ja comença a incorporar etiquetes generades per

a l'audiència dotant-les de contingut informatiu. És a dir, selecciona diferents etiquetes que han començat a utilitzar els usuaris de manera espontània per incorporar-los mentre dóna noves dades d'un fet informatiu.

Davant d'aquesta qüestió ens va sorgir la idea de fer aquest treball de recerca. D'una banda, ens resultava interessant saber com el periodista ha modelat la seva manera d'exercir la seva professió en l'era digital. D'altra, volíem analitzar com ho ha hagut de fer prenent com a eina d'estudi una de les eines més freqüents amb la que complementen la seva tasca informativa principal: Twitter.

Així doncs, al llarg de l'estudi s'exposaran les habilitats que ha hagut d'adquirir el professional de la comunicació, així com també el canvi en les seves rutines periodístiques a causa de la digitalització. A la part teòrica de la recerca es farà una anàlisi general del panorama periodístic actual i dels canvis que han sofert les rutines periodístiques. D'aquesta manera, la part teòrica conclourà amb una anàlisi exhaustiva de les habilitats que ha de tenir el periodista en l'entorn digital.

La part pràctica, en canvi, oferirà els testimonis de diferents periodistes que porten a terme totes les tasques i que recentment han hagut d'incorporar Twitter a les seves rutines. Així, la investigació de camp consistirà en contrastar les opinions dels periodistes de carrer amb les del panell d'experts. També s'analitzaran els tuïts dels periodistes de carrer a l'hora de cobrir els esdeveniments per així veure quines tècniques utilitzen a l'hora de donar informacions a través de l'eina social.

Es va decidir centrar la recerca a la plataforma Twitter i no a d'altres xarxes socials o aplicacions mòbils perquè es va creure que era l'eina que permetia plasmar millor el fenomen estudiat: els canvis en les rutines periodístiques a causa de la digitalització. Twitter s'ha convertit en la punta de la piràmide dins de totes les tasques que el professional de la comunicació ha de desenvolupar.

Al mateix temps, Twitter permet rastrejar els continguts informatius a partir d'una cerca avançada² que ofereix un ampli ventall de paràmetres: paraules, frase exacta, etiquetes, idioma, des de quins comptes, en quin termini de temps, etc.

Per aquest motiu, el present treball té com objectiu conèixer com ha encaixat el periodista el fet d'haver d'incorporar el Twitter al seu dia a dia per connectar amb l'audiència, a més de fer tota la resta de tasques de la redacció que se li demanen. D'aquesta manera, també s'intentarà plasmar quines habilitats ha hagut d'adquirir per a poder fer-ho. Partint d'aquesta premissa, exposem a continuació, doncs, el nostre objecte d'estudi.

² Twitter. Cerca avançada de la plataforma <https://twitter.com/search-advanced?lang=ca>

1.3. Objecte d'estudi

L'objecte d'estudi del nostre treball són els tuïts realitzats com a complement de la labor periodística durant la cobertura d'un fet. La seva anàlisi ens permetrà reconèixer, en la contrastació amb l'obtenció de dades que provenen d'altres recursos metodològics -com l'entrevista personal a experts-, aquelles traces que ens ajudin a interpretar l'adaptació del professional a les dinàmiques de l'era 2.0 i l'adopció de recursos emprats per les audiències entesos com habilitats que permeten connectar amb els seus interessos informatius.

Exposat l'objecte d'estudi, mostrem els principals objectius a cobrir en aquesta recerca.

1.4. Objectius

1.4.1. Objectius generals

- Conèixer com la digitalització ha transformat les rutines periodístiques dels periodistes.
- Saber com els professionals empren Twitter en l'exercici de la seva tasca informativa.

1.4.2. Objectius específics

- Constatar quines noves habilitats han hagut d'adquirir els professionals en l'era digital.

1.4.2.1. Descriptius

- Descriure com el periodista genera els tuïts a la plataforma social de Twitter i quins criteris utilitza per fer-ho.

1.4.2.2. Explicatius

- Explicar com els periodistes han encaixat el fet d'usar Twitter per connectar amb l'audiència a més de fer tota la resta de tasques de redacció.

2. MARC TEÒRIC

Al llarg d'aquest apartat s'han intentat exposar les principals qüestions per tal d'abordar el context i els canvis que actualment viu el Periodisme a causa de la crisi econòmica i la proliferació de les noves tecnologies. Per aquest motiu, el marc teòric s'ha subdividit en tres apartats. En el primer, "Del periodisme tradicional al digital", s'ha procurat oferir una breu introducció a la digitalització, als efectes de la crisi econòmica i les principals característiques i oportunitats del Periodisme digital.

Al segon apartat, "Noves rutines periodístiques", s'estudien els canvis en les tasques dels professionals de comunicació a causa de l'arribada d'Internet. Uns canvis que han alterat el cicle editorial i han obligat els periodistes a aprendre nous llenguatges, donant lloc així a un nou esquema de treball per als comunicadors.

En l'últim apartat, "Nous perfils professionals", s'ha tractat la polivalència dels periodistes i s'ha procurat oferir un ampli ventall de les habilitats i aptituds que aquests han hagut d'adquirir o assolir per tal de ser competitius tant a l'entorn digital com a les demandes del mercat periodístic actuals.

2.1. Del periodisme tradicional al digital

En els darrers anys, el món del periodisme ha viscut una sèrie de transformacions a causa de la proliferació d'Internet i les noves tecnologies. A principis dels anys 90, amb el sorgiment de la World Wide Web, alguns diaris van començar a llançar les seves primeres edicions digitals. Des de llavors, els estàndards professionals de la premsa a Internet han experimentat un procés d'expansió i assentament (Salaverría, 1999:12).

Autors com Scolari, Navarro, Pardo, i Micó (2007) consideren que la digitalització "és un procés que afecta els processos de producció, edició i distribució de la informació" i la seva característica principal ve donada per "la integració d'Internet i totes les seves aplicacions i serveis al treball del professional" (2007:115). Per tant, es tracta d'un procés que ha canviat la manera de treballar i també la manera d'entendre el periodisme.

La introducció d'Internet i les noves tecnologies, però, també ha comportat el tancament de diverses capçaleres arreu d'Espanya, dificultats econòmiques per les empreses de comunicació i canvis en les competències i habilitats dels professionals, que s'han vist obligats a reinventar-se i seguir formant-se davant d'un paradigma canviant. Nicholas Negroponte ja ho anticipava el 1995 quan afirmava que "ser digital suposaria l'aparició d'un contingut totalment nou i nous professionals" (Túñez i Abejón, 2010:80).

2.1.1. La crisi del periodisme

Els orígens de la crisi del periodisme espanyol solen situar-se entre l'última dècada del segle XX i la primera del XXI, coincidint així amb l'arribada d'Internet.

Ara bé, a més de topar amb el procés de digitalització, la crisi empitjora un cop arriba la profunda depressió financera mundial de 2008. Per tant, davant d'això podem afirmar que els mitjans de comunicació pateixen dues crisis: la tecnològica i l'econòmica.

Les empreses de comunicació estan patint una pèrdua en els ingressos de la publicitat i una disminució en les vendes, que s'han vist afectades principalment per la migració dels lectors al suport digital (Grabowicz, 2014). Aquest fet que ha provocat que al llarg dels anys algunes capçaleres s'hagin vist obligades a integrar-se, associar-se o ser absorbides per d'altres empreses o bé, en el pitjor dels casos, acabar tancant.

Segons dades de l'Informe de la Professió Periodística de l'Associació de Premsa de Madrid (2014), del 2008 al 2014 s'han destruït un total de 11.875 llocs de treball a Espanya. La majoria d'ells en diaris (2.570) i televisions (4.444), mentre que els llocs de treball menys afectats han estat els dels mitjans digitals (356) i les agències (198).

Ara bé, tal com apunta Bernardo Díaz (2011), les retallades en estructures informatives causades per la crisi econòmica han provocat la devaluació de la riquesa i la varietat de fonts, la pèrdua de rigor en alguns continguts i la pèrdua de la vitalitat periodística, fet que ha acabat desembocant en el deteriorament de la credibilitat periodística.

No obstant això, no tot han estat dades negatives i, al parer de Marta Franco i Miquel Pellicer (2014), cal ser optimistes amb la professió ja que des de 2008 s'han llançat més de 390 mitjans de comunicació, com per exemple, JotDown, eldiario.es, La Marea i The Objective.

Es tracta de mitjans la finalitat dels quals és recuperar la credibilitat periodística que s'ha vist perjudicada darrerament i ser independents d'entitats financeres, pretenent oferir així una màxima transparència i neutralitat en les seves informacions.

2.1.2. Convergència i integració de redaccions

La convergència i la integració de redaccions té el seu origen en els processos de digitalització i concentració empresarial que van alterar el sistema mediàtic a finals del segle XX i principis del XXI.

Els investigadors Avilés, Salaverría i Masip (2008:13) la defineixen com a “confluència o integració d’eines, espais, mètodes de treball i llenguatges que anteriorment es presentaven per separat, fet que ha permès als periodistes elaborar continguts per múltiples plataformes utilitzant els codis propis de cada una d’elles”. D’altra banda, Jenkins (2006) assegura que “cal concebre-la com un procés que afecta tant a la manera com es produeixen els continguts com al seu consum”.

No obstant això, “hi ha una gran discrepància conceptual en les definicions actuals de convergència a causa de la seva polisèmia, polimorfisme, complexitat, inestabilitat i proximitat” (Avilés, Salaverría i Masip, 2008:2).

Segons els mateixos autors, existeixen tres tipus de convergència en el camp periodístic: convergència tecnològica, convergència empresarial i convergència professional.

Al seu article, defineixen la convergència com a confluència de tecnologies com a “generació de nous missatges comunicatius a partir de la combinació de codis lingüístics diferents” (Avilés, Salaverría, Masip, 2008:3), així com també, segons Thompson (1999), “la integració d’Internet amb altres mitjans”. Aquest tipus de convergència, doncs, estaria molt vinculada al concepte de multimèdia, ja que la confluència de tecnologies facilita el fet que els continguts digitals puguin ser distribuïts a través de múltiples plataformes.

D’altra banda, es parla de convergència empresarial quan hi ha “canvis estructurals protagonitzats per les indústries culturals, informàtiques i de telecomunicacions, on, a partir d’adquisicions i fusions, les empreses culturals diversifiquen les seves activitats” (Avilés, Salaverría, Masip, 2008:6). Aquest tipus de convergència, doncs, també està present en el panorama mediàtic actual, ja que les empreses de comunicació, per tal d’augmentar la productivitat, els ingressos per publicitat, millorar l’eficiència i reduir costos, han portat a terme fusions amb altres empreses o han integrat redaccions que inicialment estaven separades, donant lloc a un treball unificat.

Ara bé, la convergència, més enllà d’una nova estructura física de les redaccions periodístiques comporta també un canvi de mentalitat als diferents nivells de la producció periodística. És així perquè en la redacció multimèdia “es centralitzen tots els missatges i es gestiona el flux d’informació amb la finalitat d’editar les versions impreses, audiovisuals i en línia en funció dels destinataris i el suport per on es difonen” (Avilés, Salaverría, Masip, 2008:13).

Així doncs, els processos de confluència i integració de redaccions o d’empreses de comunicació han provocat una sèrie de canvis en les pràctiques periodístiques tradicionals, la més important d’elles, la polivalència, que, com

es veurà a l'apartat 3 del present marc teòric, ha comportat que un mateix periodista porti a terme totes les tasques necessàries per tal d'elaborar notícies per a diferents suports.

2.1.3. Característiques del periodisme digital

Tradicionalment, el periodisme estava caracteritzat pel seu caràcter unidireccional on els missatges eren transmesos de l'emissor (mitjà de comunicació) als receptors (audiència). Per tant, durant el procés comunicatiu no hi havia cap mena de relació del periodista amb el públic, ja que el mitjà tant sols explicava la notícia i l'audiència la rebia. Així doncs, la producció de fets noticioso

s estava limitada a les empreses de comunicació i per tant, tenien el monopoli de la informació.

Durant la primera etapa d'Internet, als anys 90, aquest caràcter unidireccional de la comunicació va mantenir-se, ja que l'audiència només va canviar el dispositiu a partir del qual consultava la informació, passant a visualitzar-la en els suports digitals. Va ser a partir de l'any 2000 quan van sorgir les primeres possibilitats de posar en marxa una pàgina web fins que al 2003 va popularitzar-se el fenomen dels blocs.

Internet ha obert les portes de la democratització de l'accés a la informació a la xarxa. Actualment tota la informació és accessible des de qualsevol dispositiu i des de qualsevol lloc en qualsevol moment. Tal com s'ha dit anteriorment, aquest ha estat el principal motiu del tancament de moltes capçaleres de premsa en paper, ja que la gratuïtat dels continguts ha comportat un canvi d'hàbits en l'audiència.

La digitalització també ha obert les portes a la internacionalització dels mercats de comunicació i a la multiplicació de la competència entre empreses periodístiques, ja que a dia d'avui és molt més fàcil posar en marxa un mitjà en línia. De fet, ara per ara no hi ha cap obstacle legal per llançar un mitjà de comunicació a Internet.

Enmig d'aquestes transformacions en el panorama mediàtic, ha sorgit una nova tipologia de periodisme: el digital. Es tracta del periodisme que es desenvolupa al voltant de les xarxes i els dispositius digitals en general. Segons Ramón Salaverría (2005), "és l'especialitat del periodisme que utilitza el ciberespai per investigar, produir, i sobretot, difondre continguts periodístics". Es tracta d'una modalitat periodística regida per la instantaneïtat, interactivitat, personalització i automatització dels receptors.

Les diferències entre el periodisme tradicional i el digital són clares. En el ciberperiodisme no hi ha límits físics per desenvolupar els continguts tal com succeeix en els productes tradicionals, com per exemple, en el paper o en l'establiment de temps per a cada peça informativa en ràdio i televisió. Al mateix temps, les informacions incorporen enllaços i elements multimèdia, dos dels principals elements d'aquesta tipologia de periodisme.

Però la característica més important de la informació a la xarxa ha estat el canvi en la relació entre informador i lector, ja que durant la transició del periodisme tradicional al digital s'ha passat d'un caràcter unidireccional de la comunicació a un procés bidireccional entre el periodista i el seu públic.

Així doncs, s'ha redefinit la relació dels mitjans amb l'audiència, evolucionant a una interlocució més horitzontal, multidireccional i simultània. A més a més, segons Salaverría (2012:11), "les xarxes socials han col·locat als mitjans i als periodistes en una situació de permanent escrutini on la mínima relliscada produeix un eco i reprovació".

Per tant, el periodista ha perdut part del monopoli de la paraula, ja que l'audiència cada vegada va adquirint més capacitat per publicar les seves opinions gràcies a les eines 2.0, així com també controlar la feina dels professionals de la comunicació. Actualment l'usuari és el centre del procés comunicatiu i hi ha una intervenció activa entre el periodista i el públic.

Aquest fet ha provocat que actualment ja es parli del periodisme ciutadà, entès com a "procediment on l'audiència porta a terme un paper actiu en el procés de recollida, transmissió, anàlisi i desaminació de notícies i informació amb l'objectiu d'oferir "informació independent, fiable, exacte i rellevant que una democràcia requereix" (Espiritusanto i Gonzalo, 2011:14).

Un altre aspecte que s'ha vist alterat ha estat el criteri de temporalitat. Mentre que les informacions tradicionals són exposades en diferit, és a dir, quan la notícia ja ha succeït, en el periodisme digital els continguts són publicats en temps real, fet que ha comportat també que el primer mitjà que dona una piulada a Twitter tingui l'exclusiva o més lectors que un altre que l'ha publicada posteriorment, donant lloc a una competència entre empreses comunicatives.

2.1.4. Digitalització, una oportunitat pel periodisme

Davant dels canvis en el camp periodístic, experts del món del periodisme veuen la digitalització com a una oportunitat per fer periodisme de qualitat, ja que ha comportat noves eines, noves fonts d'informació i noves plataformes on publicar continguts.

Tal com defensa Ramón Salaverría (2012:11), “Internet ha permès una millor documentació, una obtenció d’un ampli ventall de fonts i enfocaments, la publicació d’informacions en diferents cicles editorials (llargs i simultanis) i enriquir les informacions amb recursos hipertextuals i multimèdia”.

Les mateixes premisses són defensades per Marta Franco i Miquel Pellicer (2014). Segons ells, la tecnologia ha comportat una sèrie de beneficis per a la professió, com per exemple, la pluralitat d’eines per explicar històries, la rapidesa i facilitat d’arribar al públic a través de les xarxes socials i noves oportunitats laborals per a joves emprenedors.

Sílvia Cobo (2012:16) també considera que “Internet s’ha convertit en una eina indispensable per a qualsevol periodista, treballi en un mitjà o gabinet de comunicació”.

2.2. Noves rutines periodístiques

La digitalització i la proliferació d’Internet no només ha afectat a les empreses de comunicació, sinó també als periodistes, que s’han vist obligats a canviar profundament les seves rutines periodístiques. Ramón Salaverría (2012:14) defensa la necessitat d’aquest canvi afirmant que “no es poden gestionar els mitjans del segle XXI amb rutines professionals del segle XX”.

Al parer de Salaverría, els professionals de la informació “s’han renovat en destreses tecnològiques, en la manera de tractar la informació, en mitjans i llenguatges i en processos editorials” (2012:14). Les eines tecnològiques han estat incorporades a les seves rutines i per tant han hagut d’aprendre a utilitzar-les per tal d’arribar més eficaçment als seus públics.

Aquest fet ha provocat, a més, que els professionals hagin hagut d’aprendre els diferents codis de cada mitjà i plataforma, ja que el llenguatge que s’ofereix als diferents mitjans (ràdio, televisió, Internet, premsa) no és el mateix.

Pel que fa als canvis en el tractament de la informació, “la sobreabundància de dades que ofereix Internet ha fet que els processos de selecció, jerarquització i interpretació de la informació tinguin molt més valor que abans” (Salaverría, 2012:14), ja que és necessari que els professionals informin de fets verços i contrastats. Per això el periodista ha de ser més estricte amb les dades que tracta i contrastar-les sempre, ja que la xarxa no és considerada una font del tot fiable.

Però la diferència més notòria ha estat la de l’alteració del cicle editorial dels mitjans de comunicació a causa de la multiplicació dels suports de difusió, tant fixos (ordinadors), com mòbils (tauletes, telèfons). Davant d’això, les empreses

de comunicació s'han vist obligades a adaptar la informació a aquests dispositius.

Tal com defensa Wilson Pérez, la tecnologia digital ha donat lloc a un nou esquema de treball per als comunicadors, els quals actualment han de “construir relats adaptables a nombrosos mitjans de comunicació i plataformes existents” (2003:141). Els avenços tecnològics han permès que el periodista disposi d'un ampli ventall de materials escrits, sonors, visuals i audiovisuals que poden gestionar-se amb certa facilitat des de dispositius mòbils.

Una visió molt similar és la que reflecteix Ramón Salaverría (2012:11), que considera que “ja no n'hi ha prou amb produir una publicació o un programa cada cert temps per a un únic suport”, ja que actualment les organitzacions periodístiques “es veuen obligades a combinar els clàssics productes editorials amb els suports digitals que manquen de periodicitat i atenen al ritme de l'actualitat”.

De fet, a dia d'avui els professionals de la informació ja porten a terme tots els passos d'elaboració d'una peça informativa: redacten, enregistren i editen les seves pròpies notícies i, fins i tot, en ocasions en redacten la versió digital. Per tant, els periodistes digitals seran aquells que tindran la capacitat de crear per si sols productes per ràdio, televisió, premsa i Internet. És a dir: tot en un. Davant d'això, Deuze (2004:139) equipara els periodistes multimèdia amb els “periodistes polivalents”.

A més a més, a part de portar a terme tots els processos per publicar una peça informativa a totes les plataformes, les empreses de comunicació cada vegada donen una importància més gran a l'eina social Twitter, la qual permet oferir informacions en titulars a temps real. Amb això, cada vegada hi ha més periodistes que, mentre estan gravant el material per després editar la peça informativa, publiquen tuïts als seus comptes personals per tal d'informar al moment i així generar expectativa a l'audiència.

Per tant, actualment els professionals de la informació, a més de portar a terme totes les tasques que anteriorment portaven persones diferents, han d'informar via Twitter del tema que estan tractant a temps real. Aquest fet prova que actualment s'està exigint un elevat nombre de tasques al professional de la comunicació.

Tal com assegura Quim Gil (1999), “el nou periodista en xarxa està creant i consolidant rutines pròpies d'un procés de comunicació multimèdia, multilínia i interactiva”, però d'altra banda, també hi ha “molts periodistes que seguiran amb les seves rutines tradicionals evolucionades i les adaptaran al mitjà digital”.

Ara bé, hi ha fonaments de la professió que mai canviaran, ja que el periodisme sempre ha consistit en “promoure als ciutadans informació veraç, nova i interessant, amb el triple objectiu de formar, informar i entretenir” (Salaverría, 2012:14). De fet, aquesta és l’única manera amb la qual el periodisme pot complir amb la seva funció essencial per al funcionament democràtic de les societats.

2.3. Nous perfils professionals

La convergència digital, a més d’afectar les rutines dels periodistes, també ha provocat canvis en el seu perfil professional donant lloc al foment de la polivalència en l’elaboració de continguts. Aquest escenari, tal com assenyalen Sonia González i Sara Ortells, “s’accentua amb la crisi econòmica, ja que les empreses redueixen les plantilles i assignen noves tasques als seus redactors” (2012:456).

Per tant, en aquest nou context els periodistes han hagut d’assumir tasques que tradicionalment eren pròpies d’altres professionals, fet que ha comportat el desenvolupament d’un perfil més complex i exigent: el del periodista polivalent. Rintala i Suolanen (2005) parlen de tres transformacions en el camp periodístic: la transferència de tasques, la fusió de rols tradicionals i l’augment de les funcions a assumir.

És per aquesta raó que molts experts del camp periodístic parlen de polivalència. Mark Deuze (2004) defineix aquest concepte com a “capacitat d’exercir diverses tasques simultàniament i de manera habitual, ja sigui per a buscar, tractar o difondre informacions sobre diferents temes, per a diferents suports i interactuant amb l’audiència”.

Tal com s’ha exposat en apartats anteriors, la polivalència no només ha estat el resultat de la digitalització, sinó també de la crisi econòmica i de la convergència de redaccions. Davant la disminució d’ingressos, les empreses de comunicació “han apostat per la reducció de costos i l’optimització dels recursos, desembocant en dominacions com la de ‘periodista orquestra’ per fer referència a aquesta nova realitat” (González, Ortells, 2012:456).

Investigadors com Scolari, Navarro, Pardo i Micó (2007:93) distingeixen entre tres graus de polivalència:

- “Grau 0. Periodista monomèdia i no polivalent. El periodista treballa exclusivament per un mitjà i realitza una única tasca.
- Grau 1. Periodista multimèdia i no polivalent. El periodista treballa per més d’una plataforma i efectua la mateixa tasca en cada una d’elles.
- Grau 2. Periodista monomèdia i polivalent. El periodista treballa per un únic mitjà, però porta a terme diferents tasques.

- Grau 3. Periodista multimèdia i polivalent. El periodista treballa a diferents mitjans i elabora material per les diferents plataformes, realitzant al mateix temps les tasques corresponents a diverses disciplines periodístiques.”

Aquests mateixos autors proposen una classificació dels diferents tipus de polivalències: tecnològica, mediàtica i temàtica. Els professionals, que han passat a ser catalogats com a periodistes digitals, han hagut de renovar-se en eines tecnològiques (polivalència tecnològica), en la manera de tractar les informacions, en els mitjans, en els processos editorials i en els llenguatges emprats per tal de fer-se càrrec de tot el procés productiu o de gran part d'aquest (polivalència mediàtica) i tractar notícies de diferents àmbits o seccions (polivalència temàtica) (2007:93).

Ara bé, la polivalència ha afectat en la qualitat dels continguts? Hi ha qui qüestiona aquest fet, com per exemple, Chiqui Esteban, que considera que “els nous especialistes són menys especialistes que els antics perquè actualment els professionals estan enfocats sobretot al periodisme en línia” (Esteban, 2012:19). Cristina Ribas (2012:30) també apunta que “el periodisme especialitzat és una de les víctimes de la crisi del model de negoci en el que estan immersos els mitjans tradicionals”.

A més, també s'ha comentat el fet que la polivalència ha comportat l'homogeneïtzació dels discursos, ja que “es redueixen les veus mediàtiques i s'uniformitzen els continguts” (Esteban, 2012:19), així com també l'empitjorament de les condicions del treball perquè “el temps invertit en cada peça és menor a causa de la sobrecàrrega de tasques per a cada periodista, portant a una pèrdua de la qualitat i en alguns casos la inclusió d'errors” (Masip, Micó, 2008:95).

Entre els estudis sobre la convergència de mitjans també es mostra una creixent preocupació entre els periodistes perquè perceben que la polivalència “genera ansietat, tensió i saturació de treball” (Deuze, 2004), ja que els redactors multimèdia acumulen més tasques que els periodistes tradicionals.

A més, Francisco Basterra (2002) considera que “les redaccions multimèdia produiran un periodisme menys crític, més empaquetat i més simple, sobretot si tot es fabrica amb proveïdors de continguts molt joves, sense formació continuada, regularment pagats i als que no se'ls dona el temps necessari per documentar-se, reflexionar i investigar abans d'entregar cada contingut” (2002:219).

No obstant això, malgrat el canvi en les rutines periodístiques, per portar a terme totes aquestes tasques alhora els periodistes han anat adquirint noves

competències i habilitats per tal d'aprofitar de manera eficaç aquestes plataformes. Unes competències que estan molt relacionades amb la interacció amb els públics, la distribució de continguts i l'elaboració de productes informatius.

Aquesta renovació ha acabat promocionant nous perfils professionals a la xarxa, com per exemple, el de community manager, el periodista de dades, l'especialista en narratives digitals, responsable de lloc web, 'media browser', programador, gestor de comentaris o el responsable de SEO.

Ara bé, el que ens interessa en la nostra recerca és sobretot el responsable de xarxes socials que proporciona "la seva intermediació entre els lectors i el mitjà" (Flores, 2009:80), ja que està connectat amb l'audiència les vint-i-quatre hores a través de plataformes com Twitter i Facebook.

2.3.1. Habilitats del periodista en l'entorn digital

El periodista en l'entorn digital ha hagut de formar-se per tal d'adquirir habilitats que no eren pròpies del periodisme tradicional. De fet, les habilitats que ha d'administrar un professional actualment són moltes i la majoria d'elles no estan relacionades amb les aptituds dels mitjans de comunicació convencionals.

Segons el Llibre Blanc de l'Agència Nacional d'Avaluació de Qualitat i Acreditació (2005), que avalua els estudis de grau en comunicació, les competències que ha de tenir un periodista es classifiquen en coneixements disciplinaris, competències professionals, competències acadèmiques i altres competències específiques.

Els coneixements disciplinaris contenen competències com, per exemple, el coneixement dels processos informatius i comunicatius, l'aplicació de les tecnologies i els sistemes utilitzats, de l'ètica i deontologia professional dels periodistes, l'impacte social de les tecnologies informatives i l'evolució històrica de les modalitats i tradicions periodístiques espanyoles, entre d'altres.

Pel que fa a les competències acadèmiques, les més importants que destaca el Llibre Blanc (2005) són la identificació i ús apropiat de fonts d'informació, habilitat d'organitzar el coneixement comunicatiu i d'exposar de manera adequada els resultats de la investigació de manera oral, escrita, audiovisual o digital, així com també per comentar i editar correctament textos i altres produccions.

D'entre les competències professionals, l'Agència Nacional d'Avaluació de Qualitat i Acreditació (2005) destaca la "capacitat i habilitat per expressar-se amb fluïdesa i eficàcia comunicativa, habilitat per a comunicar amb el llenguatge propi de cada un dels mitjans de comunicació, habilitat per portar a

terme les principals tasques periodístiques, capacitat per experimentar i innovar mitjançant el coneixement i l'ús de tècniques i mètodes aplicats, habilitat per utilitzar els sistemes i recursos informàtics, així com també les seves aplicacions interactives”.

Per tant, el Llibre Blanc ja incorpora moltes habilitats centrades amb les noves tecnologies, sobretot en les competències professionals. D'altra banda, The Poynter Institute for Media Studies (2014), va portar a terme una enquesta entre professionals del sector per tal de conèixer la seva opinió sobre les habilitats del periodista actualment i finalment es va fer una llista de les 10 que van tenir un percentatge més elevat de vots:

1. Precisió
2. Curiositat
3. Ús correcte de la gramàtica
4. Manejar l'estrès i les entregues
5. Tenir un bon judici de les notícies
6. Seleccionar informació fiable
7. La xarxa, fer contactes i desenvolupar fonts
8. Respectar l'ètica periodística
9. Escriure en un estil fluid
10. Tenir coneixements dels esdeveniments actuals

No obstant això, tal com exposen Túñez, Martínez i Abejón (2010:89), avui dia el periodista ha de ser un “mediador entre el fet informatiu i l'audiència, exercint funcions de ‘gatekeeper’ amb fluxos informatius, com a expert en analitzar, interpretar i explicar el què succeeix i com a professional per a codificar el seu relat i els seus ingredients visuals, sonors, textuais i hipertextuals”.

Per aquesta raó els professionals del món periodístic han hagut d'aprendre a utilitzar diferents eines i plataformes socials, com Twitter o Facebook, per tal d'aconseguir una comunicació eficaç amb les seves audiències. Per això en els darrers anys els periodistes dels principals mitjans de comunicació han començat a utilitzar sobretot la plataforma de microblogging Twitter per tal de donar informacions d'última hora i també per tenir converses amb els usuaris o retuïtejar dades interessants.

En les redaccions actuals ja no n'hi ha prou que el redactor sàpiga escriure. Actualment s'exigeixen coneixements d'edició de vídeo, maquetació, publicació a la web, fotografia, locució, entre d'altres. Salaverría i García Avilés (2008) consideren que als periodistes polivalents se'ls exigeixen una sèrie d'aptituds com, per exemple, “el domini de les tecnologies de gravació i edició digital, habilitat per al treball en equip, versatilitat per elaborar continguts amb imatge, àudio, text i grafisme i capacitat de reacció per enfrontar-se a la informació

d'última hora" (2008:43). Per tant, la polivalència ha comportat la necessitat d'invertir en la formació addicional per als periodistes.

Per la seva banda, Silvia Cobo (2012) dóna importància a les eines necessàries per tal d'investigar, filtrar, contactar o verificar fonts d'informació. Així, Cobo recull les habilitats "saber escriure per a la web, utilitzar buscadors de manera eficient, tècniques per posicionar-se i distribuir continguts, incorporació al món de l'analítica web, entendre les xarxes socials i el seu impacte en les fases del procés periodístic i verificar les fonts d'informació" (2012:16). Al mateix temps, Cobo resumeix les principals claus per a la redacció en línia, com són la senzillesa, concisió, correcció, claredat i saber captar l'atenció del lector.

Per a Quim Gil (1999), el periodista digital és més que un redactor. L'autor entén que la comunicació a la xarxa requereix el disseny d'una interfície i estructura de continguts, així com també la integració de textos, imatges, sons i aplicacions. Per tant, el professional ha hagut d'adaptar-se als llenguatges dels programadors, fotògrafs, dissenyadors i comercials. Al mateix temps, ha hagut d'aprendre a "gestionar la interactivitat, la hipertextualitat i la multiculturalitat" (Gil, 1999).

D'altra banda, Túñez, Martínez i Abejón (2010), recullen un anàlisi de la Universitat Europea de Madrid on es van recollir les demandes laborals que les empreses del sector periodístic requereixen als aspirants. Entre elles destaquen "l'aprenentatge autònom, l'instint de superació, l'autoregulació emocional, capacitat d'anàlisi, capacitat de negociació, capacitat de treball, consciència dels valors ètics, gestió de la informació, habilitats en les relacions interpersonals, esperit emprenedor, innovació i creativitat, lideratge, planificació i gestió del temps, responsabilitat, raonament crític, treball en equip i visió estratègica" (2010:86).

Al parer de González i Ortells (2012), les competències de caràcter general que ha de tenir un professional de les xarxes socials són les de "saber titular, seleccionar continguts, adaptar-los a les diferents plataformes, incitar a la interacció amb l'audiència i saber gestionar aquesta relació amb els públics" (2012:456).

Per a Meso (2003) és molt important ensenyar als alumnes de les Facultats de Periodisme que "han d'establir i mantenir una relació amistosa amb la xarxa per a fer el seu ofici, ja que serà la seva aliada en l'exercici professional" (2003:6). Per aconseguir això, però, considera que han de desenvolupar unes habilitats necessàries per estar permanentment en formació. Destaca, sobretot, "el domini del llenguatge multimèdia per crear productes d'àudio, imatges i tots els recursos que atreguin i fidelitzin els usuaris" (2003:6).

Davant d'això, Meso crítica que “les facultats de periodisme segueixen tenint uns plans d'estudis desfasats que no atenen a aquestes demandes actuals del mercat” i alerta de la necessitat “de formar periodistes preparats, que sàpiguen adaptar-se a les exigències del mercat i que desenvolupin una alta capacitat d'auto didactisme” (2003:5).

Actualment s'estan començant a revisar els plans d'estudi de les facultats de Periodisme per tal d'adequar-los a aquest nou context. No obstant això, la velocitat d'aquests processos fa que sigui difícil per a les universitats anar alhora amb el què es viu a les redaccions periodístiques. Tot i així, des de les universitats es vol aconseguir que els estudiants que en un futur s'hagin d'endinsar al món laboral tinguin totes les aptituds que se'ls requereix actualment a les empreses periodístiques.

D'aquesta manera, es vol potenciar la polivalència per tal que puguin portar a terme totes les tasques que actualment es demanen a les redaccions amb tota professionalitat en totes les plataformes i temàtiques. Tot aquest procés encara està en fase experimental i, per tant, en un futur, potser proper, aquests canvis es faran palesos a diferents universitats d'arreu de l'Estat.

Al llarg del marc teòric s'han procurat abordar de manera genèrica tots els canvis que el Periodisme ha viscut a causa de l'arribada d'Internet dividint-los en canvis a l'ofici en general, canvis a les rutines dels professionals i en les habilitats d'aquests. Com s'ha vist, la crisi econòmica, els processos de digitalització i proliferació de noves tecnologies han capgirat totalment el panorama comunicatiu donant lloc a unes noves rutines periodístiques i al sorgiment d'unes noves habilitats relacionades amb les eines socials 2.0 pròpies del Periodisme digital.

El nostre estudi es centra en com el periodista ha encaixat el fet d'haver d'incorporar l'eina social Twitter en la seva tasca professional informativa. Per aquest motiu, al llarg dels següents apartats ens centrarem en el testimoni de professionals de la comunicació i d'experts en Periodisme Digital. D'aquesta manera, a més d'analitzar les seves opinions, les contrastarem amb els seus comptes personals per tal de conèixer com és la seva pràctica periodística a Twitter.

3. METODOLOGIA

3.1. Justificació i tipus d'investigació

La present investigació té com a objecte d'estudi conèixer com els periodistes han vist afectades les seves rutines professionals amb l'arribada de la digitalització. A partir d'això, la recerca s'ha centrat en com han encaixat els professionals el fet d'haver de tuïtejar mentre porten a terme la resta de tasques en cobrir un esdeveniment.

La metodologia que s'ha utilitzat al llarg del treball ha estat molt diferent en la part teòrica i la part pràctica. El mètode emprat per la part teòrica de la investigació s'ha basat en una àmplia recerca documental per tal d'obtenir una visió general del fenomen estudiat a partir d'una sèrie de descriptors i bases de dades especialitzades.

En canvi, la metodologia de la part pràctica ha seguit un mètode d'investigació qualitatiu basat en la tècnica de l'entrevista en profunditat. Per aquest motiu, s'ha realitzat un procés de selecció de la mostra de professionals i experts a entrevistar, la preparació dels guions de les entrevistes i la recollida d'exemples de retransmissions que els periodistes entrevistats han portat a terme via Twitter en els darrers mesos. En aquest apartat també s'hi han establert els criteris per al processament de les entrevistes realitzades i el corpus de tuïts estudiat per tal de posteriorment portar a terme l'anàlisi de resultats.

3.2. Recerca documental

La metodologia que es va utilitzar per portar a terme la recerca documental va consistir en la recerca de bases de dades especialitzades. Les més utilitzades en al llarg de la recerca documental van ser el Catàleg de les Biblioteques de la UAB, el Dipòsit Digital de Documents, Google Acadèmic, Dialnet i Trobador+, el portal d'accés a la biblioteca digital de la UAB. Totes les recerques van realitzar-se amb descriptors estretament relacionats amb el tema d'investigació i en diferents idiomes, ja que es va considerar que era la manera més òptima per tal d'arribar a obtenir una visió més àmplia del fenomen.

Per tal de tenir més clara la temàtica que s'estudiava es va optar per començar fent recerques en diferents llengües amb paraules clau com “noves tecnologies”, “canvis en les audiències”, “nous codis comunicatius”, “convergència de redaccions”, “periodisme digital”, “nous perfils professionals” i “nous mitjans”. D'aquesta manera, es va obtenir el context més general del tema de recerca: la crisi del periodisme, la crisi econòmica i la convergència i la integració de redaccions.

Aquests tres fets han estat els que han propiciat en gran part el canvi en les rutines periodístiques i dels professionals de la comunicació. Un cop es va tenir tota la informació recollida per tal d'obtenir un context sòlid, es va seguir la recerca documental amb descriptors relacionats amb el nucli de l'objecte d'investigació: les habilitats i aptituds que els professionals han hagut de desenvolupar amb el canvi de paradigma. A partir de descriptors com “noves habilitats del professional de la comunicació”, “periodista polivalent”, “polivalència”, “Twitter com a eina periodística”, “new skills” es va poder accedir a documents que tractaven els canvis que hi ha hagut en les competències i habilitats dels professionals.

Gràcies a aquests descriptors es va arribar a documents clau per a la investigació que van facilitar bastant la realització del marc teòric. Al mateix temps, molts dels materials van permetre'ns trobar nous descriptors per tal de fer recerques més acurades. Un cop es va obtenir tota la informació es va ordenar per temàtiques, es va portar a terme una anàlisi a partir d'una lectura exhaustiva i pausada i finalment es va redactar el marc teòric de la recerca.

3.3. Selecció de l'eina: Twitter

Inicialment es pretenia fer un estudi de totes les tècniques i aplicacions que els professionals havien incorporat a les seves rutines periodístiques, com Periscope, Snapchat, Instagram i Facebook, a més de Twitter.

No obstant això, per la durada de la investigació i la novetat d'aquestes eines socials es va considerar gairebé impossible l'abordatge de totes elles. Per aquest motiu, es va decidir centrar la recerca a Twitter després de considerar, a través d'una anàlisi general, que era l'eina més visible i amb la trajectòria més àmplia a la xarxa, fet que ens permetia reflectir el fenomen estudiat.

3.4. Tècnica d'observació: entrevista en profunditat

Tal i com s'ha comentat anteriorment, la metodologia per a la part pràctica de la recerca ha seguit el mètode d'investigació qualitatiu de l'entrevista en profunditat. Pere Soler defineix aquest mètode com a “trobaments cara a cara entre l'investigador i els informats dirigits a una comprensió de les perspectives que tenen els informants respecte la seva vida, experiències o situacions” (2011:216).

Es va considerar que l'entrevista en profunditat era la tècnica més ajustada a la nostra investigació perquè ens permetia obtenir una gran riquesa informativa gràcies al seu estil especialment obert. A més a més, és una tècnica d'interacció més directa, més personalitzada, més flexible i més espontània, a diferència de la tècnica quantitativa de l'enquesta. Així doncs, es va creure que

aquest mètode qualitatiu era el més òptim per tal d'abordar l'objecte d'estudi estudiat, ja que s'ha basat principalment en l'experiència pròpia dels periodistes.

3.4.1. Selecció dels entrevistats

Un cop la tècnica d'observació va ser establerta, es va procedir al procés de selecció d'entrevistats. Tal com destacava Gorden (Valles, 1999:192), la fase de preparació de les entrevistes és molt important. Es tracta d'un procés que inclou decisions sobre la selecció dels entrevistats més capaços i disposats a donar informació rellevant, tenint en compte el criteri de proximitat i el temps per a portar-les a terme.

Així doncs, per motius principalment de proximitat, es va decidir acotar l'anàlisi als periodistes que treballen en mitjans de comunicació catalans. Es va creure que era interessant poder parlar amb alguns dels professionals que actualment han de fer tuïts mentre porten a terme la resta de tasques quan cobreixen esdeveniments. D'aquesta manera, es va considerar que, per tal d'obtenir una visió i opinions de primera mà, calia acotar l'univers als periodistes catalans.

Per decidir quins professionals s'entrevistarien, es va seguir la variable de la pràctica periodística en el mitjà on s'exigeix al treballador fer tuïts mentre cobreix un fet informatiu. Per a això, es va fer un estudi exploratori general a l'eina social Twitter per tal de detectar quines empreses periodístiques catalanes havien fet incorporar aquesta pràctica als seus treballadors. A partir d'aquí, es va procurar escollir professionals que fessin un ús recurrent de l'eina per assegurar-nos que es tractava de la mostra que la investigació buscava.

A més, a part de la variable de la pràctica periodística, s'ha intentat fer una selecció que englobés ambdós sexes, de manera que tinguessin una representació equitativa. D'aquesta manera, pel que fa a periodistes de carrer, es va contactar amb la Laura López, redactora ENG dels Informatius de Cap de Setmana de BTV, en Jordi Julià, redactor de Cultura del programa 8 al dia de 8TV i amb l'Alfonso Congostrina, redactor de Successos d'El País.

Com que des d'un moment es volia establir una comparativa entre el testimoni dels professionals i la seva pràctica periodística a Twitter, es va considerar que la mostra observada al llarg de la recerca serien els tres periodistes entrevistats. S'ha tractat, doncs, d'una mostra no probabilística escollida pels investigadors d'acord amb les característiques de la recerca (Vilches, 2011).

No obstant això, per tal d'obtenir una opinió més experta dels usos de l'eina es va creure interessant establir un panell d'experts a entrevistar. En aquest cas, la variable seguida per a la selecció va ser la de l'especialització en Periodisme Digital i la seva trajectòria professional en aquest àmbit. També, com s'ha dit, es va procurar fer una selecció que englobés ambdós sexes.

Per aquest motiu, es va decidir contactar amb Saül Gordillo, actual director de Catalunya Ràdio i anterior Cap de continguts digitals d'El Periódico de Catalunya; Albert Muñoz, periodista digital del portal web BTV Notícies i membre del Comitè d'Empresa de Barcelona Televisió; Rosa Alba Roig, Directora d'Estratègia i Participació de BTV i anteriorment Responsable de Participació, Xarxes socials i Noves narratives de la CCMA i Sílvia Martínez, experta en Periodisme i Comunicació Digital i professora de la Universitat Oberta de Catalunya.

Malauradament, finalment només es van poder realitzar dues entrevistes als experts Albert Muñoz i Rosa Alba Roig. Per motius de falta de disponibilitat, la Sílvia Martínez finalment no va poder realitzar l'entrevista. D'altra banda, no va ser possible obtenir resposta de Saül Gordillo.

De les cinc entrevistes, una d'elles, la de Rosa Alba Roig, es va fer via telefònica per dificultats de disponibilitat. La resta van ser presencials.

3.4.2. Preparació de les entrevistes

El tipus d'esquema d'entrevista en profunditat que s'ha seguit ha estat el de l'entrevista estandarditzada oberta, ja que el qüestionari ha estat caracteritzat per un llistat de preguntes ordenades i redactades per igual per a tots els entrevistats, amb resposta lliure i oberta.

Per a la preparació de les entrevistes i per a portar-les a terme, es va tenir en compte el repàs del marc teòric i la lectura i consum dels tuïts analitzats dels entrevistats. Aquest fet ens va permetre establir un guió per realitzar les converses. Per a preparar-les, es va considerar interessant començar amb una pluja d'idees dels temes generals a tractar durant la trobada. Després d'ordenar-los per temàtiques, es va començar el redactat de les preguntes, de manera que fossin clares i entenedores.

D'aquesta manera, el guió d'entrevista generalment seguit per a la conversa amb els **periodistes** de carrer ha estat el següent:

- 1. Quins canvis creu que ha aportat la digitalització a la pràctica/exercici del periodisme?*
- 2. Quins beneficis creu que han aportat les noves tecnologies al Periodisme? I inconvenients?*
- 3. Com ha canviat la seva manera de treballar per tal d'adaptar-se a les noves rutines periodístiques, propiciades per l'arribada d'Internet?*

4. *Quines habilitats i aptituds creu que ha hagut d'adquirir amb aquest canvi de panorama? S'ha hagut de renovar en alguns coneixements? (fer cursos, aprendre mitjançant manuals/llibres...)*
5. *Considera que als plans d'estudi de les universitats s'hauria de donar més importància a les noves eines comunicatives i a aquestes habilitats?*
6. *Alguns autors apunten que les retallades en estructures informatives causades per la crisi econòmica han provocat la devaluació de la riquesa i la pèrdua de rigor en alguns continguts, fet que ha desembocat en el deteriorament de la credibilitat periodística. Què en pensa?*
7. *Creu que les eines socials que han aparegut permeten fer Periodisme de qualitat?*
8. *Amb la digitalització es comença a dir que el periodista ha perdut el monopoli de la paraula, ja que Internet ha permès la universalitat i la multi plataforma i molts usuaris, no només periodistes, poden elaborar continguts. Què suposa aquest fet per a l'ofici? Com creu que el periodista pot diferenciar-se davant d'aquest fenomen?*
9. *Com definiria/explicaria el paper que té el periodista a les xarxes socials?*
10. *Quines xarxes socials o aplicacions mòbils utilitza per fer Periodisme?*
11. *Què en pensa de l'aplicació Periscope? Creu que a la llarga serà el nou Twitter?*
12. *A dia d'avui, el periodista, a més de portar a terme totes les tasques convencionals de l'ofici, ha de generar tuïts informatius paral·lelament mentre realitza les altres tasques que se li encarreguen. De fet, molts autors defineixen el nou periodista amb la paraula polivalent. Què ha suposat per a vostè el fet d'haver de tuïtejar mentre fa la resta de tasques?*
13. *Donar informació en 140 caràcters és una tasca molt difícil, més tenint en compte que afegint una etiqueta/foto/vídeo/menció el nombre de caràcters disponibles baixa notòriament. Quins criteris utilitza a l'hora de fer un tuït? A què dóna prioritat i per què?*
14. *Quan va començar a utilitzar Twitter a la feina? Creu que hi ha hagut una evolució des del moment que va començar fins ara?*

15. *Per què va decidir incorporar els tuïts a les seves rutines? Va començar a fer-ho vostè mateix o des de l'empresa periodística se li va començar a requerir?*
16. *Quan no està treballant però veu un fet noticiós, fa un tuït? És a dir, ha incorporat Twitter només a la feina o ja l'utilitza en qualsevol moment?*
17. *En moltes ocasions el professional, en piular un tuït, ja comença a incorporar etiquetes generades per a l'audiència dotant-les de contingut informatiu. Un exemple va ser el de l'etiqueta #pudordemerda el passat novembre. Creu que el periodista ha d'incorporar tècniques i continguts de l'audiència a l'hora de donar a conèixer un fet informatiu? Per què?*
18. *Creu que Twitter és una eina essencial per a qualsevol professional de la informació? Per què?*
19. *Què li diria a un periodista que no està disposat a canviar la seva manera de treballar i fer ús de Twitter per donar informació?*

D'altra banda, el guió generalment seguit per a les entrevistes als **experts** ha estat el següent:

1. *Quins canvis creu que ha aportat la digitalització a l'exercici del periodisme?*
2. *Quins beneficis creu que han aportat les noves tecnologies al Periodisme? I inconvenients?*
3. *Com creu que ha canviat la manera de treballar dels periodistes per tal d'adaptar-se a les noves rutines periodístiques?*
4. *Quines habilitats i aptituds creu que ha hagut d'adquirir el professional amb aquest canvi de panorama?*
5. *Considera que als plans d'estudi de les universitats s'hauria de donar més importància a les noves eines comunicatives i a aquestes habilitats?*
6. *A dia d'avui el periodista, a més de portar a terme totes les tasques convencionals de l'ofici, ha de generar tuïts informatius paral·lelament mentre realitza les altres tasques que se li encarreguen. De fet, molts autors ja parlen del concepte "periodista polivalent". Creu que aquest fet ha suposat la devaluació de la riquesa i la pèrdua de rigor en alguns continguts?*
7. *Creu que les eines socials, com Twitter, permeten fer Periodisme de qualitat?*

8. *Amb la digitalització es comença a dir que el periodista ha perdut el monopoli de la paraula, ja que Internet ha permès la universalitat i la multi plataforma i molts usuaris, no només periodistes, poden elaborar continguts. Com creu que el periodista pot diferenciar-se davant d'aquest fenomen?*

9. *Com definiria/explicaria el paper que té el periodista a les xarxes socials?*

10. *Quines xarxes socials o aplicacions mòbils creu que hauria d'utilitzar el periodista en les seves rutines?*

11. *Què en pensa de l'aplicació Periscope? Creu que a la llarga serà el nou Twitter?*

12. *Passem a parlar d'una aplicació en concret, Twitter. Des de l'empresa o la direcció a vegades s'exigeix al periodista de la plantilla que faci tuïts mentre cobreix esdeveniments. Per què creu que es fa? Hi està d'acord?*

13. *Donar informació en 140 caràcters és una tasca molt difícil, més tenint en compte que afegint una etiqueta/foto/vídeo/menció el nombre de caràcters disponibles baixa notòriament. Quins criteris creu que hauria d'utilitzar el periodista a l'hora de fer un tuït? A què hauria de donar prioritat i per què?*

14. *Quins són els principals errors que vostè detecta dels periodistes en l'ús de Twitter?*

15. *En moltes ocasions el professional, en piular un tuït, ja comença a incorporar etiquetes generades per a l'audiència dotant-les de contingut informatiu. Un exemple va ser el de l'etiqueta #pudordemerda el passat novembre. Creu que el periodista ha d'incorporar tècniques i continguts de l'audiència a l'hora de donar a conèixer un fet informatiu?*

16. *Creu que Twitter és una eina essencial per a qualsevol professional de la informació? Per què?*

17. *Què li diria a un periodista que no està disposat a canviar la seva manera de treballar i fer ús de Twitter per donar informació?*

18. *Quin creu que serà el futur de les xarxes socials?*

En algunes ocasions, tal com es pot veure a l'apartat 7.2 dels annexos de la recerca, per la naturalesa de l'entrevista algunes de les preguntes s'han fet en un altre ordre i en d'altres casos n'han sorgit de noves.

3.5. Recollida de les dades: selecció del corpus de tuïts

Per tal de contrastar les entrevistes en profunditat amb la pràctica periodística que els professionals fan a Twitter, que és l'objecte d'estudi, es va optar per recollir els tuïts que els professionals entrevistats van tuïtejar durant els mesos de gener, febrer i març. Per tal de demostrar que es tractava d'un fenomen recurrent i no pas excepcional es va decidir recollir els tuïts que els professionals van publicar durant les terceres i quartes setmanes d'aquests tres mesos.

Primer de tot, per tal d'obtenir tot el corpus de tuïts a analitzar, es va crear una llista privada amb els comptes dels periodistes que anteriorment s'havia consensuat una entrevista. És a dir, els de l'Alfonso Congostrina (@alfcongostrina), la Laura López (@lauraLsedano) i en Jordi Julià (@enjordiJulia).



Figura 1. Captura de pantalla de la llista privada amb els comptes dels periodistes entrevistats. Elaboració pròpia a partir de Twitter.

Posteriorment es va portar a terme la cerca dels tuïts dels diferents períodes establerts a partir de la cerca avançada de l'eina Twitter.

Figura 2. Captura de pantalla de la cerca avançada de Twitter on es poden visualitzar els diferents camps específics per tal d'obtenir informació. Elaboració pròpia.

D'aquesta manera, a partir del camp “des d'aquests comptes” es van inserir els comptes personals dels periodistes, al camp “dates” es van posar els períodes que anaven de la tercera setmana a la quarta de cada mes i posteriorment es va prémer el botó “cerca”.

Amb aquest procediment, s'obtenien els resultats de cada mes per separat. Per aquest motiu, posteriorment es va optar per fusionar els PDF de la sèrie de tuïts analitzats, que es troben recollits a l'apartat 7.4 dels annexos.

3.6. Processament de les dades

Després de portar a terme totes les entrevistes i la recollida del corpus de tuïts a analitzar, es va començar el processament de les dades. Per a fer-ho, es van elaborar dues taules d'anàlisi exhaustiva per cada una de les parts.

3.6.1. Processament de les entrevistes

Per a l'anàlisi de les entrevistes es va optar per classificar les declaracions més rellevants per categories. Els ítems de classificació van ser recuperats just del moment abans de redactar les entrevistes, ja que tal com s'ha dit anteriorment a l'apartat 3.4.2., abans de escriure-les es van escollir les temàtiques generals a tractar. D'aquesta manera, amb la recuperació dels aspectes principals a tractar es van poder obtenir les categories per a processar les dades obtingudes de les entrevistes. Així, es va procurar elaborar un model de taula per tal d'analitzar i contrastar les opinions dels entrevistats.

Per tal de fer-ho més visual, es va decidir diferenciar les declaracions dels periodistes de les dels experts amb diferents colors. Així, el gris s'ha utilitzat per les opinions dels professionals i el vermell pels experts.

La plantilla que s'ha seguit per portar a terme el buidatge de les declaracions ha estat la següent:

Categoria	Periodista / Expert	Declaracions
Canvis a l'exercici del Periodisme	Alfonso Congostrina	
	Laura López	
	Jordi Julià	
	Albert Muñoz	
	Rosa Alba Roig	
Avantatges i inconvenients de les noves tecnologies	Alfonso Congostrina	
	Laura López	
	Jordi Julià	
	Albert Muñoz	
	Rosa Alba Roig	
Ús de Twitter com a eina complementària a la tasca professional informativa	Alfonso Congostrina	
	Laura López	
	Jordi Julià	
	Albert Muñoz	
	Rosa Alba Roig	
Habilitats i aptituds necessàries	Alfonso Congostrina	
	Laura López	
	Jordi Julià	
	Albert Muñoz	
	Rosa Alba Roig	
Criteris a l'hora de fer un tuït	Alfonso Congostrina	
	Laura López	
	Jordi Julià	
	Albert Muñoz	
	Rosa Alba Roig	
...		

Taula 1. Plantilla de la taula per al processament de les dades obtingudes a les entrevistes. Elaboració pròpia.

Tal com reflecteix la taula, la primera columna conté la categoria o tema, la segona columna el subjecte de la cita i finalment, a la tercera, les frases més representatives en referència a l'assumpte.

A partir d'aquesta taula es va poder obtenir una síntesi de totes les respostes ordenades per temàtiques. Gràcies a aquest mètode de processament de dades va ser molt més fàcil fer l'anàlisi de resultats de l'apartat 4.1 de la recerca.

3.6.2. Processament del corpus de tuïts

Per a processar el corpus de tuïts es va elaborar una taula amb diferents categories, que alhora es corresponien amb tots els ítems possibles que pot tenir un tuït: text, menció, etiqueta, enllaç, imatge i vídeo.

D'aquesta manera, s'ha generat tres taules per a cada periodista on s'hi han anat buidant tots els tuïts que havien fet durant el període de temps analitzat. Així, amb el senyal "X" s'han comptabilitzat els ítems que hi havia a cada tuït. Això ha possibilitat veure la qualitat del tuït pel que fa als elements i quants elements de cada tipologia s'incorporaven.

La plantilla que s'ha utilitzat per portar a terme el processament i anàlisi del corpus de tuïts ha estat la següent:

Mes	Tuït analitzat	Text	Menció	Etiqueta	Enllaç	Imatge	Vídeo
Gener							
Febrer							
Març							

Taula 2. Plantilla de la taula per al processament de les dades extretes del corpus de tuïts analitzat. Elaboració pròpia.

Aquesta taula ens ha permès obtenir un resum dels usos de l'eina per part de cada un dels periodistes i tots els elements que aquest té en compte a l'hora de tuïtejar. D'aquesta manera, va ser molt més fàcil realitzar l'anàlisi de resultats de cada un d'ells i la comparativa final.

4. INVESTIGACIÓ DE CAMP

En aquest apartat s'exposa l'anàlisi de resultats de les entrevistes i del corpus de tuïts seleccionat. Per a això, s'han tingut en compte les taules de processament de les entrevistes i del corpus de tuïts analitzats, presents als apartats 7.1 i 7.3 dels annexos respectivament.

4.1. Anàlisi de resultats de les entrevistes

En l'anàlisi de les entrevistes s'ha procurat obtenir una visió general del fenomen estudiat a partir de les opinions dels periodistes i els experts abordades a partir de diferents blocs temàtics.

4.1.1. Canvis en l'exercici del Periodisme

Tal com s'ha comentat a l'apartat 2 de la recerca, referent al marc teòric, l'exercici del Periodisme recentment ha viscut una sèrie de canvis a causa de l'arribada d'Internet i de les noves tecnologies. La digitalització ha comportat, al parer de Rosa Alba Roig, "molts canvis en la velocitat de transmissió i de recollida d'informació".

Roig també destaca que actualment "tot és més accessible, tant el que es publica des dels mitjans de comunicació com l'accés a les fonts d'informació". Al seu torn, Albert Muñoz assegura que "avui dia més de la meitat de les fonts a les que recorren els periodistes estan a Internet, siguin xarxes socials, correus electrònics, webs o blogs".

Unes visions molt similars són les d'Alfonso Congostrina i Laura López. Congostrina afirma que "gràcies a les eines socials els periodistes reben més informacions i els és més fàcil contactar amb les fonts". Al seu torn, López considera que "és molt més fàcil assabentar-se de l'actualitat i estar informat".

Muñoz considera que "el primer efecte de la digitalització ha estat la immediatesa", fet que ha provocat una transformació en les rutines periodístiques. Segons Jordi Julià, s'estan vivint "canvis brutals i totals" a l'ofici, ja que fa uns anys "el Periodisme era molt artesanal i el periodista estava tot el dia preparant la seva peça cuidant-ne cadascun dels seus detalls".

López hi coincideix, afirmant que la digitalització ha fet que "el periodista hagi d'estar pendent de més inputs mentre fa la seva feina". "Com que ara tot és tan immediat, amb el Twitter o les aplicacions mòbils que utilitza cada periodista s'ha de ser molt ràpid a l'hora de transmetre informacions", assegura.

En referència a la immediatesa, Congostrina es mostra una mica crític afirmant que "amb Internet les exclusives han desaparegut", ja que actualment "tot és

tan immediat que se sap tot al moment”. Per la seva banda, Roig considera que “tot s’ha de produir més i més ràpid perquè la velocitat, molt lligada a la immediatesa, és la que al cap i a la fi mesura la influència d’un mitjà a la xarxa”.

Al parer de Rosa Alba Roig, “la digitalització ha obert nous gèneres periodístics i la gestió de grans volums d’informació a una gran velocitat”. I Muñoz també assegura que “abans fer una recerca històrica requeria hores i dies de feina”, però que actualment, “és inexcusable que algú no hagi fet un Google per comprovar una dada”.

Finalment, Roig també destaca que “hi ha hagut un desplaçament de generacions no tant adaptades als mitjans digitals per anar a buscar professionals més joves, més polivalents i multidisciplinars”.

4.1.2. Avantatges i inconvenients de les noves tecnologies

La majoria dels entrevistats coincideixen en opinar que la immediatesa és més un avantatge que un inconvenient. Al parer d’Albert Muñoz, la digitalització ha portat més beneficis que inconvenients. Com a raonament, destaca que “les noves tecnologies han vingut a facilitar la feina dels periodistes, ja que actualment és més fàcil aconseguir informació i difondre-la”.

No obstant això, molts dels periodistes i experts entrevistats destaquen que a vegades la qualitat de les peces es veu afectada per les presses en publicar una informació. En relació a això, Congostrina assegura que la immediatesa és un avantatge però “a vegades fa que hi hagi una lluita entre mitjans per veure qui treu primer una informació”. Una visió similar és la d’en Jordi Julià, que considera que “hi ha menys temps per elaborar cada notícia i menys temps per cuidar-la, fet que ha provocat la pèrdua de la qualitat a les informacions”.

López coincideix amb Congostrina i Julià, afirmant que “a vegades és molt difícil estar concentrat perquè surtin bé tots els continguts per cada plataforma i això fa que sigui molt fàcil perdre punts de qualitat en alguns continguts”.

Qui es mostra bastant crítica amb aquest fet és Roig, ja que considera que “en ocasions s’ha abandonat la missió final del Periodisme condicionant-nos per la incorporació de les noves eines i usos per aconseguir audiències”, un fet que, al parer de l’experta, “ha perjudicat greument la missió final del Periodisme i ha portat a un pitjor exercici de la professió”. En relació a això, Roig considera que “la immediatesa cada vegada va sent més important en detriment al treball de reflexió i contrastació propis del Periodisme”.

Un altre dels inconvenients és el que destaca Congostrina. El periodista considera que “Internet no és tan democràtic com ens pensem”. Així, alerta que “s’ha de tenir en compte que a partir de les xarxes socials els periodistes

només es dirigeixen a un públic que té uns mínims, que són el mòbil o ordinador i la connexió a Internet”.

Un altre fet, que només destaca Muñoz, és que “actualment tot és més fàcil de copiar i això ha perjudicat els drets d’autor”. Al seu parer, és necessari que es “reescriuin les normes tenint en compte que han de ser normes que la dinàmica habitual faci que es compleixin”.

No obstant això, Muñoz procura evitar la paraula inconvenients, ja que considera que “més que inconvenients hi ha elements a tenir en compte a nivell de xarxes socials”, com per exemple “què és públic i què no o què és notícia i què no”.

Davant d’això, gairebé tots els entrevistats coincideixen en el fet que les eines socials no permeten fer un Periodisme de qualitat, sinó que més aviat es tracta d’un Periodisme de proximitat. Julià considera que “les eines socials permeten un Periodisme que fa a l’espectador particip de la notícia”. Al seu torn, López considera que “en aquestes plataformes preval la immediatesa i moltes vegades allò que és ràpid i immediat no és el millor”.

En canvi, Albert Muñoz considera que les eines socials sí que permeten fer un Periodisme de qualitat, a més de proximitat. Així, assegura que “darrere del tuït hi pot haver un enllaç a un reportatge magnífic” i això fa que “Twitter ens permeti guanyar amb immediatesa, proximitat i qualitat”. Tot i així, assegura que “calen recursos i capacitats per a poder aconseguir-ho”.

4.1.3. Ús de Twitter com a complement en la tasca professional informativa

Actualment des de les empreses de comunicació es comença a exigir al professional de plantilla que faci ús de Twitter mentre està cobrint un fet noticiós. Una exigència que Albert Muñoz considera justificada. “Està bé que s’exigeixi la publicació de tuïts al periodista, ja que aquesta acció va molt vinculada a la immediatesa”, comenta.

A més a més, Muñoz considera que “la gran virtut de Twitter és que els 140 caràcters permeten la publicació d’un titular i qualsevol periodista quan cobreix un esdeveniment sempre els està buscant”. Per això, considera que el resultat és bo, ja que “està bé que tots els titulars que el professional hagi anat veient siguin publicats a Twitter”. D’aquesta manera, raona, “els tuïts es poden explotar des del compte del mitjà o construint des de la redacció una notícia de tot allò que el periodista ha anat publicant”.

Al seu torn, Rosa Alba Roig es mostra més escèptica davant d’aquest fet. Així, considera que “fer un relat del minut a minut de qualsevol esdeveniment no té

ni sentit ni valor social". Al seu parer, aquest ús només serà rellevant "si l'esdeveniment té una importància social tan gran que fa que sigui essencial que el periodista en faci un relat al moment".

Dels tres periodistes entrevistats, Alfonso Congostrina i Laura López van començar a fer ús de Twitter a partir de l'exigència de l'empresa on treballen. Jordi Julià, en canvi, va començar a utilitzar-lo fa dos o tres anys. "Me'l vaig fer per treballar però mai se'm va requerir des de l'empresa", assegura.

Congostrina va obrir-se un compte a la plataforma l'any 2011 però només fa un any que l'utilitza a la feina. "El vaig començar a utilitzar perquè l'empresa m'ho va requerir", comenta. Al seu parer, els mitjans tenen molt en compte les xarxes socials, ja que són una manera de rebre de visites. A més a més, assegura que "el mitjà s'ha apropiat" del seu compte personal.

D'altra banda, López va crear-se el compte a Twitter fa quatre anys quan treballava pel programa Connexió Barcelona, un programa en directe molt actiu a l'eina. "Des d'Informatius últimament també se'ns ha demanat que intentéssim moure els continguts a les xarxes socials a través de l'aplicació", explica.

No obstant això, López ha encaixat amb optimisme l'ús de Twitter i amb ganes d'aprendre. "Per a mi és com un aprenentatge, una oportunitat per utilitzar diferents llenguatges", afirma. Tot i així, una vegada de rodatge considera que "a vegades és molt difícil trobar el moment de tuïtejar".

Una opinió semblant és la de Congostrina, que assegura que "fer tuïts mentre estàs de rodatge és molt difícil perquè a vegades el mòbil pot bloquejar-se o perdre la cobertura". Respecte això, Julià considera que "avui dia el periodista ha d'estar molt preparat per controlar les xarxes socials i utilitzar-les bé".

Tot i així, Muñoz recorda que els primers periodistes que van començar a tuïtejar des dels llocs dels fets "ho van fer perquè tenien la necessitat de publicar un tuït en veure un fet noticiós".

4.1.4. Adquisició de les habilitats i aptituds necessàries

D'acord amb el que s'ha assenyalat a l'apartat 2 de la recerca, referent al marc teòric, amb tots els canvis que ha viscut el món del Periodisme els professionals han hagut d'adquirir i adoptar unes habilitats i aptituds totalment noves. No obstant això, segons Albert Muñoz, "les habilitats més importants són les que serveixen per tots els periodistes independentment del mitjà on treballin". Amb això, destaca la "capacitat de buscar informació, contrastació, tenir bones fonts, saber trobar el que hi ha a Internet ràpidament, tenir contactes personals i experiència".

No obstant, Muñoz també destaca que “actualment és necessari dominar diversos llenguatges”. En referència a això, Rosa Alba Roig assegura que “actualment es busquen periodistes que sàpiguen moure’s per molts mitjans i plataformes alhora” i, per tant, al parer d’ella “l’eina es converteix en molt important”.

Dels periodistes de carrer entrevistats, tots consideren que han après a utilitzar les eines socials a partir de la pràctica. Congostrina va portar a terme un curs de Twitter al Col·legi de Periodistes i d’altres cursos de Periodisme Digital, però considera que quan ha après més ha estat “practicant i veient com ho fan alguns companys del diari que tenen molts seguidors o són tendència a Twitter”.

Laura López, en la mateixa línia, assegura que en utilitzar Twitter va ser “bastant autodidacta a l’inici”. Tot i això, destaca el fet que “gràcies a alguns companys experts en Periodisme digital” ha pogut aprendre bons usos de l’eina, com les etiquetes. Jordi Julià, al seu torn, també ha après a utilitzar les noves tecnologies en el dia a dia.

Els tres periodistes coincideixen en el fet que a mesura que passa el temps van aprenent més l’eina. Tot i així, López assegura que segueix tenint problemes a nivell formant per donar la informació en 140 caràcters i que la dificultat també depèn molt de la temàtica de l’esdeveniment. D’altra banda, mentre que López i Julià en algunes ocasions fan tuïts en veure esdeveniments noticiosos mentre no estan treballant, Congostrina no.

4.1.5. Criteris a l’hora de fer un tuït

Pel fet que Twitter és una eina recent, encara no hi ha uns criteris ni unes directrius estrictes per a fer-ne un bon ús. D’entre els entrevistats, hi ha diferents opinions sobre els passos a seguir per concebre un tuït.

Congostrina assegura que no concep un tuït “sense que hi hagi una etiqueta o una menció a un col·lectiu entrevistat”, ni tampoc “sense una foto o vídeo”. Així, el periodista considera que “un element audiovisual fa el tuït sigui més atractiu i visible per la gent”. En referència a les etiquetes i les mencions destaca que “sense aquests dos elements és impossible interactuar amb l’audiència”.

Laura López coincideix amb Congostrina en donar prioritat als recursos visuals, ja que assegura “que donen més presència i atrauen més”. La periodista també ho relaciona molt al fet de treballar en una televisió i el seu interès en el llenguatge audiovisual. “En un tuït, sempre hi poso fotografia, etiquetes de l’esdeveniment i menció a col·lectius o entrevistats”, assegura.

En canvi, Jordi Julià destaca que habitualment segueix una estructura ràpida. “Poso el què diu un personatge en una roda de premsa citant la persona”,

explica. D'aquesta manera, considera que el tuït “esdevé una mena d'esquer perquè l'espectador sàpiga de què es parlarà al programa”. Igual que els seus companys, també sempre té en compte el lloc, l'etiqueta i la menció.

Ara bé, mentre que els tres periodistes donen molta rellevància a tres dels ítems que la plataforma ofereix, Rosa Alba Roig considera que “el tuït té el format idoni per fer un titular”, i que a més d'això “ha d'incorporar un enllaç que porti a la pàgina on es desenvolupa tota la informació”.

Al seu torn, Albert Muñoz intenta no marcar prioritats i destaca que “és artesanía pura”. “No hi ha receptes ni fórmules màgiques, hi ha tuïts sense foto que estan molt bé i d'altres que bàsicament són una fotografia que també”, afirma. Pel que fa als enllaços, coincideix amb Roig considerant que “l'enllaç hi ha de ser sempre per donar un context a la informació”.

4.1.6. Etiquetes generades per l'audiència

En ser preguntats per la incorporació d'etiquetes generades per l'audiència, com va ser el cas el novembre de 2015 del *hashtag* #pudordemerda, tots els entrevistats coincideixen que aquest ús és una bona pràctica de Twitter.

Al parer de Muñoz, “incorporar les etiquetes generades pel públic té tot el sentit”. “Si la gent parla d'una pudor que s'ha estès per tota la ciutat i el mitjà fa una notícia basada en el què diu la gent, aquesta etiqueta ha de ser utilitzada”, assegura.

Una opinió molt similar és la de Roig, que destaca que “el que es busca a les xarxes socials és introduir-se a una conversa on els periodistes hi poden aportar valor afegit” i, segons ella, “si una conversa té l'etiqueta que l'audiència ha generat, s'ha d'utilitzar per donar informació, ja que del contrari limitarem molt la difusió del missatge”.

Congostrina, en canvi, considera que “és una manera d'aconseguir més seguidors”. No obstant això, assegura que “si és l'etiqueta que està funcionant millor, és la que s'ha d'incorporar al tuït”. López, en la mateixa línia, creu que “és una manera d'assegurar-se que l'audiència troba la informació perquè es tracta d'etiquetes populars”. Julià té la mateixa visió, ja que pensa que “amb les etiquetes tothom situa millor els comentaris i els esdeveniments”.

4.1.7. Errors detectats a Twitter

En ser preguntats pels principals mals usos de Twitter, els experts han destacat dos errors molt diferenciats. Mentre que Muñoz s'ha mostrat crític amb les etiquetes de marca, Rosa Alba ha considerat que el màxim error és “buscar

estar present a tot arreu constantment sense incorporar cap novetat ni res de valor afegit”.

Muñoz assegura que “Twitter és una eina de conversa i en aquest cas posar una etiqueta d’un mitjà no té cap mena de sentit”. Al seu parer, “totes les etiquetes s’haurien de compartir entre mitjans, de manera que es facilités la feina al lector”. A més d’això, Muñoz destaca els errors ortogràfics d’alguns professionals, ja que els tuïts no passen pels lingüistes.

4.1.8. Twitter, eina essencial pel Periodisme

Tot i l’esforç que moltes vegades porta fer tuïts mentre s’estan realitzant la resta de tasques tradicionals de la professió, tots els entrevistats coincideixen en que Twitter és una eina essencial pels professionals de la informació.

Al parer de Congostrina, “és essencial perquè les rutines dels mitjans estan vinculades a les xarxes socials i a la immediatesa” i, a més a més, “serveix per veure què està passant al moment i permet tenir informada tant a l’audiència com a l’empresa”.

Jordi Julià considera que “si no mires Twitter no t’assabentes de res”, ja que segons ell “ha passat de ser una eina complementària a una eina bàsica per a la professió”. López comparteix una opinió molt similar, assegurant que “és essencial perquè permet trobar informació, a més d’oferir immediatesa a la tasca periodística”.

Muñoz creu que Twitter és una eina essencial per “difondre informació i per trobar-ne”, però critica que és una plataforma “una mica gremial”. Al seu torn, Roig assegura que és una “eina boníssima per la immediatesa”, però considera que aquesta només és una vessant del Periodisme, ja que al seu parer “no és l’única eina per fer Periodisme”.

4.1.9. Paper del periodista a les xarxes socials

Internet ha donat lloc a la universalitat dels continguts i a un ampli ventall de plataformes on qualsevol ciutadà, que no sigui periodista, pot publicar continguts. Davant d’això, els professionals de la informació han de trobar la manera de diferenciar-se dels qui fan periodisme ciutadà.

Davant d’aquest fet, López i Julià coincideixen en considerar que el periodista a la xarxa s’ha de diferenciar contrastant i publicant continguts de qualitat. “El periodista s’ha de diferenciar de la resta de la ciutadania contrastant la informació i en la qualitat de les imatges que publica”, comenta López. Al seu torn, Julià considera que “els periodistes han de respectar l’ètica de l’ofici contrastant la informació i donant veu a totes les fonts possibles”.

D'altra banda, Congostrina destaca que el paper del periodista a les xarxes socials sempre dependrà del lector o oient, ja que "els consumidors escullen entre periodistes perquè els agrada com escriuen o tenen una mateixa ideologia". Així, assegura que "els periodistes de les xarxes socials són i seran aquells escollits pel lector i que tindran tendència".

Roig es mostra crítica amb el paper actual dels periodistes a les xarxes socials afirmant que "s'hauria de fer un pas enrere i aportar la reflexió que a vegades el narrador busca", ja que considera que "el professional sempre ha d'aportar reflexió, anàlisi i context, treballi en el mitjà que sigui".

Al seu torn, Albert Muñoz considera que el periodista assoleix una marca a les xarxes socials i que per a tenir tendència l'ha de saber gestionar. No obstant això, es qüestiona fins a quin punt el professional és amo de la seva marca a les xarxes socials. Així, considera que els comptes dels professionals a les eines 2.0 "són una propietat compartida entre el periodista i l'empresa on treballa".

4.1.10. Plans d'estudi de les universitats

En ser preguntats pels plans d'estudi de les universitats, tots els entrevistats han coincidit en el fet que a les facultats s'ha de donar importància a les noves eines i ensenyar-ne els possibles usos als estudiants del grau de Periodisme.

Així, Congostrina assegura que la universitat "ha de ser sempre experimental" i que "s'han de potenciar més les classes pràctiques que no pas les magistrals". No obstant això, reconeix que "és difícil trobar un professor que pugui explicar l'ús de les noves eines, ja que actualment els alumnes que han nascut amb Internet ja saben més sobre aquestes aplicacions que el professor".

D'altra banda, López també assegura que és important "que a més de fer les respectives pràctiques de televisió, ràdio i premsa, els alumnes tinguin la oportunitat d'aprendre a crear un perfil periodístic a les xarxes socials". Julià creu que s'ha de donar importància a les noves eines comunicatives a la universitat. Així, considera que les universitats "han d'estar molt més actualitzades i tenir en compte què passa en el dia a dia a les redaccions".

Els experts apunten que s'està fent un esforç per adaptar els plans d'estudi de les universitats als canvis actuals. Muñoz assegura que les facultats ja s'han adonat de la necessitat d'actualitzar-se, però considera que "qui a vegades ensenya aquestes noves eines no les ha practicades mai perquè les ha estudiades com a semiòleg". Així, considera que no cal incorporar una nova assignatura, ja que "n'hi ha prou amb apropar allò que s'ensenya a la pràctica diària de les redaccions, que actualment ja inclou el món 2.0".

En canvi, Roig creu que “el sector canvia tan de pressa i és tan variable que l’adaptació de la universitat és massa lenta per la velocitat del canvi”. Tot i així, destaca que cal fer un esforç per tal d’adaptar ambdues velocitats “si les universitats volen aportar professionals adaptats a les exigències del mercat”.

4.1.11. Futur de les eines socials

Com a conclusió de les entrevistes, es va optar per preguntar sobre el futur de les eines socials. Davant d’això, els entrevistats han donat diferents opinions i punts de vista, però sempre han coincidit en el fet que els periodistes s’hauran de seguir actualitzant sempre amb les noves tecnologies.

Roig destaca el fet que probablement molts mitjans de comunicació “aprimaran els seus portals digitals per engreixar les seves presències a les xarxes socials”, ja que considera que “allà hi ha més difusió dels continguts”. Així, també està convençuda que les aplicacions mòbils canviaran i que “els mòbils passaran a ser l’eina bàsica d’accés a la informació”.

L’experta també qüestiona el fet que probablement “Facebook acabarà engolint bona part de la producció de la informació diària que fan els mitjans dins de les pròpies xarxes socials”. Una opinió molt semblant a la de Roig és la de Congostrina, que considera que “potser algunes noves eines, com Periscope, acabaran substituint a Twitter”.

En canvi, Muñoz critica el fet que molta gent digui que Twitter i Facebook acabaran tancant. “Crec que hem viscut una revolució, que és l’aparició d’Internet, però no crec que estiguem tota la vida en revolució constant”, comenta. Jordi Julià assegura que “hi haurà noves xarxes i noves aplicacions” i, que fins i tot, “d’aquí 10 anys Twitter s’haurà actualitzat de tal manera que no la reconeixem”. Amb això, destaca que “les xarxes evolucionaran molt i els periodistes han d’estar amb elles i aprendre a utilitzar-les per treure millors resultats per a l’ofici”.

No obstant això, López es mostra més escèptica que la resta, ja que vol pensar que “totes aquestes aplicacions són modes”. “No sé si dir que les xarxes socials són el futur, perquè lo tradicional sempre funciona... moltes persones arriben a casa i obren l’informatiu a la televisió”, conclou.

4.1.12. Taula resum amb les principals conclusions de l’apartat

A mode de resum, exposem a la taula que es mostra a continuació les principals conclusions i aportacions obtingudes a partir de l’anàlisi de les respostes dels periodistes i experts entrevistats i que s’ofereixen com a aportacions d’aquest treball.

Categoria	Principals aportacions
Canvis en l'exercici del Periodisme	<ul style="list-style-type: none"> • Major velocitat de transmissió i de recollida d'informació. • Major accessibilitat a continguts i fonts. • Aparició de nous gèneres • Aprenere a gestionar grans volums d'informació amb rapidesa. • La immediatesa ha transformat les rutines: més atenció a més inputs, desaparició d'exclusives. • La immediatesa serveix per mesurar la influència del mitjà a la xarxa. • Es busquen professionals més joves, polivalents i multidisciplinars.
Avantatges i inconvenients de les noves tecnologies	<p><u>Inconvenients</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Les presses i el fet de tenir menys temps en publicar una informació han perjudicat la qualitat de les peces. • Hi ha una lluita entre mitjans per veure qui treu primer una informació. • És difícil estar concentrat perquè surtin bé els continguts per a cada plataforma. • S'ha abandonat la missió final del Periodisme a causa de la incorporació de noves eines i usos per aconseguir audiències. • La immediatesa cada vegada va sent més important en detriment al treball de reflexió i contrastació. • Tot és més fàcil de copiar i això ha perjudicat els drets d'autor. <p><u>Avantatges</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Les noves tecnologies faciliten la feina dels periodistes: és més fàcil aconseguir informació i difondre-la.
Ús de Twitter com a complement en la tasca professional informativa	<ul style="list-style-type: none"> • Està bé que les empreses exigeixin la publicació de tuïts al periodisme ja que aquest fet va molt lligat a la immediatesa. • La gran virtut de Twitter és que els 140 caràcters permeten la publicació d'un titular i està bé que el periodista els vagi publicant mentre cobreix un fet informatiu. • Fer un relat minut a minut de qualsevol esdeveniment no té sentit ni valor social. • Els mitjans tenen molt en compte les xarxes socials perquè són una manera de rebre visites. • És un aprenentatge i una oportunitat per utilitzar diferents llenguatges.

	<ul style="list-style-type: none"> • A vegades és molt difícil trobar el moment de tuïtejar: el mòbil pot bloquejar-se o perdre la cobertura. • Els primers d'incorporar Twitter a la feina ho van fer perquè tenien la necessitat de publicar un tuït en veure un fet noticiós.
Adquisició de les habilitats i aptituds necessàries	<ul style="list-style-type: none"> • Les habilitats més importants són les que serveixen per tots els periodistes independentment del mitjà on treballin. • Capacitat de buscar informació, contrastació, tenir bones fonts, saber trobar el que hi ha a Internet ràpidament, tenir contactes personals, dominar diversos llenguatges i experiència. • Els periodistes entrevistats han après a utilitzar l'eina amb la pràctica i gràcies a alguns companys experts en Periodisme digital o que són tendència a la plataforma social.
Criteris a l'hora de fer un tuït	<ul style="list-style-type: none"> • Etiqueta, menció a un col·lectiu o persona entrevistada i contingut audiovisual. • Un element audiovisual fa que sigui més atractiu i visible a l'audiència. • El tuït esdevé un esquer perquè l'espectador sàpiga de què es parlarà al programa. • El tuït té el format idoni per fer un titular i a més d'això ha d'incorporar un enllaç que porti a la pàgina on es desenvolupa tota la informació. • No hi ha receptes ni fórmules màgiques a l'hora de fer un tuït.
Etiquetes generades per l'audiència	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporar etiquetes generades pel públic té tot el sentit. • El que es busca a les xarxes socials és introduir-se a una conversa i si la conversa té una etiqueta generada pel públic s'ha d'utilitzar per donar informació, del contrari, limitarem la difusió del missatge. • És una manera d'aconseguir més seguidors. • És una manera d'assegurar-se que l'audiència troba tota la informació.
Errors detectats a Twitter	<ul style="list-style-type: none"> • Etiquetes de marca. • Faltes d'ortografia. • Buscar estar present a tot arreu sense incorporar cap novetat ni res de valor

	afegit.
Twitter, eina essencial pel Periodisme	<ul style="list-style-type: none"> • És essencial perquè les rutines dels mitjans van molt vinculades a les xarxes socials i la immediatesa. • Serveix per veure què està passant al moment i permet tenir informada tant a l'audiència com a l'empresa. • Si no mires Twitter no t'assabentes de res. • És una plataforma una mica gremial.
Paper del periodista a les xarxes socials	<ul style="list-style-type: none"> • Contrastació de les fonts i dades per publicar continguts de qualitat. • Els periodistes han de respectar l'ètica de l'ofici. • Els periodistes de les xarxes socials són i seran aquells escollit pel lector i que tindran tendència. • El periodista a la xarxa hauria de fer un pas enrere i aportar la reflexió que el públic busca.
Plans d'estudi de les universitats	<ul style="list-style-type: none"> • S'han de potenciar més les classes pràctiques en detriment de les magistrals. • És difícil trobar un professor que pugui explicar l'ús de les noves eines perquè els alumnes saben més sobre aquestes aplicacions que ell. • Els alumnes han de tenir la oportunitat de crear-se un perfil periodístic a les xarxes socials. • Les universitats han de tenir en compte què passa dia a dia a les redaccions. • El sector canvia tan de pressa i és tan variable que l'adaptació de la universitat és massa lenta per la velocitat del canvi.
Futur de les eines socials	<ul style="list-style-type: none"> • Molts mitjans aprimaran els seus portals per engreixar les seves presències a les xarxes socials. • Els mòbils seran l'eina bàsica d'accés a la informació. • Facebook acabarà engolint bona part de la producció de la informació diària que fan els mitjans dins de les pròpies xarxes socials. • Hi haurà noves xarxes i noves aplicacions i els periodistes s'hauran de renovar amb elles.

Taula 3. Taula resum de les conclusions més destacades dels entrevistats a l'apartat "Anàlisi de resultats de les entrevistes". Elaboració pròpia a partir dels resultats de les entrevistes.

4.2. Anàlisi de resultats del corpus de tuïts

Al llarg d'aquest apartat s'ha fet un estudi dels tuïts de cadascun dels professionals entrevistats per tal de contrastar la seva pràctica periodística a l'eina amb els seus punts de vista recollits a les entrevistes. L'apartat acaba amb una comparativa final dels diferents usos que fan de l'eina els tres testimonis. D'aquesta manera, s'ha reflectit que l'ús de Twitter s'ha imposat a les rutines periodístiques de molts mitjans de comunicació.

4.2.1. Alfonso Congostrina, El País

En observar la taula d'anàlisi de tuïts de Congostrina, cal destacar que hi ha una evolució al llarg dels tres mesos analitzats. Així, cal remarcar el fet que mentre durant les setmanes de gener i febrer analitzades el periodista només va tuïtejar 2 i 3 vegades respectivament, al març ho va fer 32.

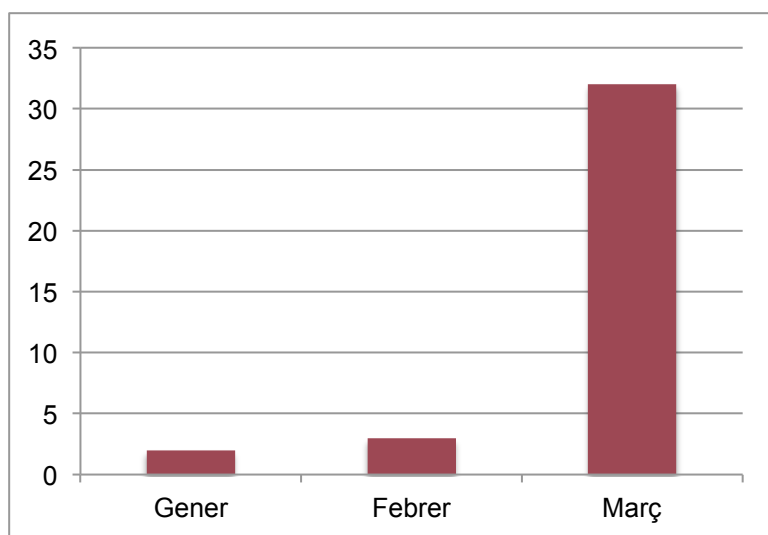


Figura 3. Gràfic del nombre de tuïts publicats per Congostrina al llarg de les setmanes analitzades. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @alfcongostrina.

Així doncs, els dos tuïts de gener fan referència a una operació antidroga portada a terme pels Mossos d'Esquadra al barri del Raval, a Barcelona. En ambdues publicacions Congostrina ha incorporat les mateixes etiquetes, així com també menció al compte de Twitter dels Mossos. A més a més, també va optar per incorporar vídeos del què estava passant durant la batuda dels agents.

No obstant això, ens sorprèn el fet que durant les setmanes analitzades del mes de febrer el periodista no va publicar tuïts de retransmissió, ja que els tres fan referència a notícies que el periodista ha redactat amb la incorporació de l'enllaç a la pàgina web del mitjà. Tots tres tuïts, a més, segueixen l'estructura automàtica de la publicació d'una notícia a Twitter a partir de la web del mitjà: text seguit d'un enllaç i via @elpaiscat.

Pel que fa al mes de març, tot i que en les dues setmanes analitzades el periodista publicà 32 tuïts, cal tenir en compte que la majoria d'ells s'han fet el mateix dia en el marc de la cobertura d'un sol esdeveniment. Així, cal destacar la cobertura de la celebració del dijous Sant a l'Hospitalet de Llobregat, on Congostrina va realitzar 7 tuïts, la cobertura de l'homenatge a Germanwings un any després de la catàstrofe, on va fer 5 tuïts, la reunió de coordinació antiterrorista de Catalunya, on va tuïtejar 2 vegades i finalment l'accident de Freginals, que engloba 18 tuïts.

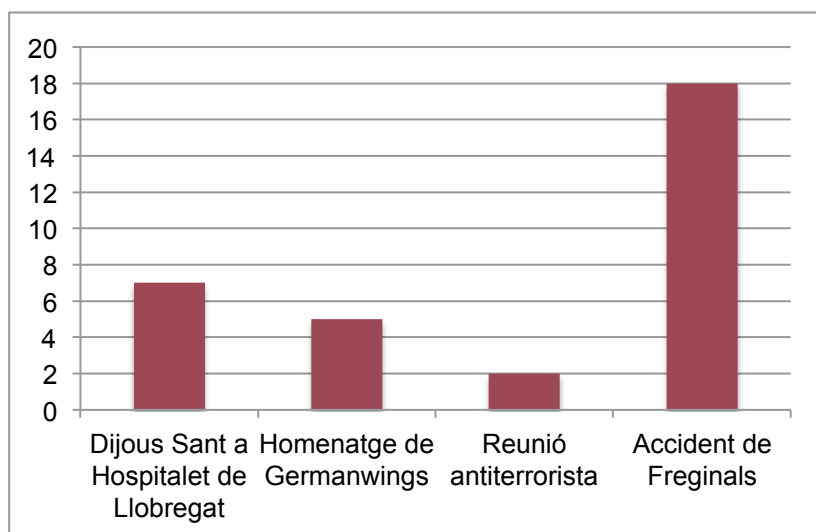


Figura 4. Gràfic del nombre de tuïts publicats per Congostrina en cada cobertura informativa al llarg de les setmanes analitzades. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @alfcngostrina.

D'altra banda, és interessant observar el fet que a tots els tuïts de cada esdeveniment, Congostrina ha utilitzat l'etiqueta que hi feia referència i, per tant, en totes les ocasions el periodista ha donat molta importància a la incorporació de l'etiqueta corresponent.

D'aquesta manera, en referència al Dijous Sant a l'Hospitalet, Congostrina va optar per utilitzar les etiquetes #JuevesSanto #SemanaSanta i la menció al compte de @hospitalet. D'altra banda, en el tuït que fa en referència al líder del moviment cívic Espanya Catalans, menciona al col·lectiu @espanyacatalans. Cal destacar que en tots els tuïts en referència a aquest esdeveniment incorpora un element audiovisual, ja sigui vídeo o fotografia.

Pel que fa a l'homenatge de Germanwings, els set tuïts incorporen l'etiqueta #Germanwings i, quan el periodista menciona al president de la Generalitat de Catalunya, Carles Puigdemont (@KRLS), i al president Mariano Rajoy (@marianorajoy), incorpora el compte d'ambdós personatges públics. El mateix succeeix amb d'altres col·lectius reconeguts que estaven a l'homenatge, com els Mossos d'Esquadra (@mossoscat), la Creu Roja (@CruzRojaEsp), la Guàrdia Civil (@guardiacivil) i el Servei d'Emergències de Catalunya

(@emergenciescat). Com en els altres casos, Congostrina també publica els tuïts sempre amb un element visual, ja sigui imatge o vídeo.

La cobertura de la reunió antiterrorista arran dels atemptats de Brussel·les segueix una estructura similar a la dels altres esdeveniments, amb la menció als col·lectius presents a l'acte, com el president Puigdemont (@KRLS), els Mossos d'Esquadra (@mossoscat) i la conselleria d'Interior (@interiorcat). En aquest cas les etiquetes incorporades a ambdós tuïts són #Brussels, #JeSuisBruxelles, #Bruxelles. Les dues publicacions, com en la resta de casos, incorporen vídeos.

En la retransmissió de l'acte de condolències de la Universitat de Barcelona per l'accident de Freginals, Congostrina incorpora l'etiqueta #Freginals en la gran majoria de tuïts, així com la menció a la universitat (@UniBarcelona) en fer-hi referència. En mencionar persones de notorietat pública, com la presidenta del Parlament, Carme Forcadell (@ForcadellCarme), l'alcaldessa de Barcelona, Ada Colau (@AdaColau), la consellera de la presidència, Neus Munté (@neusmunte), el conseller d'Afers Exteriors i Relacions Institucionals, Raül Romeva (@raulromeva) o el president Puigdemont (@KRLS), Congostrina incorpora la menció als seus comptes personals.

Així doncs, l'estructura torna a ser la mateixa de la resta de casos, on hi ha un text amb mencions a diferents persones o col·lectius, una etiqueta referent a l'esdeveniment que s'està portant a terme i un contingut audiovisual, la majoria dels quals són vídeos.

Per tant, Congostrina, com ja s'havia confirmat a l'entrevista, fa ús de les etiquetes per fer referència a l'esdeveniment, utilitza les mencions als comptes de col·lectius i persones reconegudes i sempre incorpora continguts audiovisuals als seus tuïts. Així, dels 37 tuïts totals, 31 incorporen almenys una menció, 30 porten una o més etiquetes, 24 incorporen un vídeo, 9 una imatge i només 4 un enllaç.

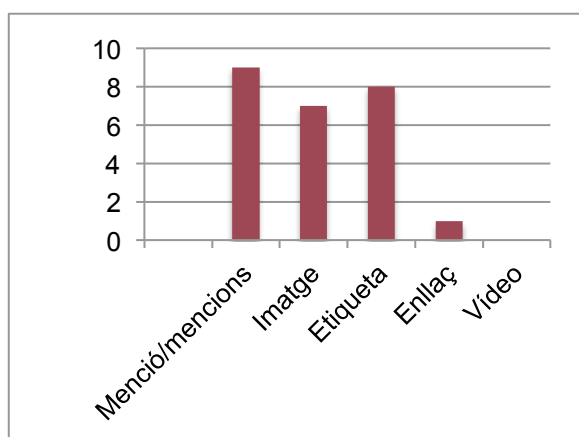


Figura 5. Gràfic del nombre de tuïts que contenen cada element de la plataforma. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @alfcongostrina.

Així doncs, per concloure, l'anàlisi ens porta a pensar que Congostrina fa tuïts durant la cobertura d'esdeveniments especials que li requereix el mitjà on treballa, El País, i probablement no en tots els casos, ja que durant les setmanes analitzades de gener i febrer el periodista gairebé no va fer cap tuït. D'altra banda, aquest fet també ens fa pensar que probablement el periodista ha anat incorporant cada vegada més l'eina a les seves rutines, i per aquest motiu al llarg dels mesos ha estat més actiu a Twitter.

4.2.2. Laura López, Barcelona Televisió

En analitzar l'activitat de López a partir de la taula d'anàlisi del corpus de tuïts, veiem que durant les setmanes analitzades del mes de gener la periodista va fer-ne 3, una xifra que es repeteix al mes de febrer i, en canvi, durant les setmanes analitzades del mes de març només un.

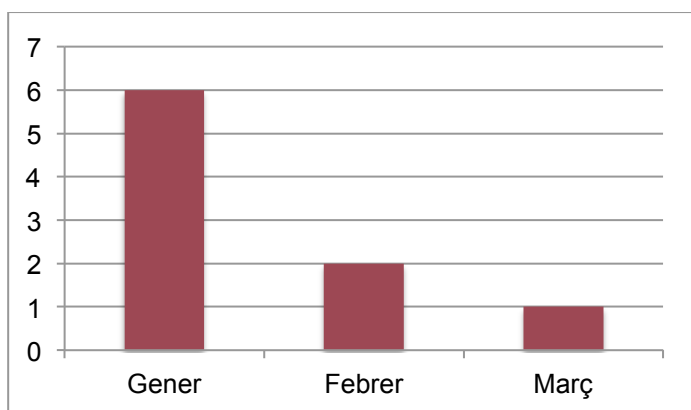


Figura 6. Gràfic del nombre de tuïts publicats per López al llarg de les setmanes analitzades. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @lauraLsedano.

Els tres tuïts del mes de gener fan referència a diferents esdeveniments, la qual cosa ens fa pensar que López fa un tuït a cada cobertura. Així, va tuïtejar un tuït en relació a l'obertura de l'aula d'estudi de la biblioteca Francesc Boix, un acte de Cultura Popular i el tall de la Diagonal entre Llacuna i Ciutat de Granada.

Tots tres tuïts tenen la mateixa estructura: text, menció/mencions al col·lectiu o persones i imatge. En els tres tuïts també opta per mencionar el mitjà on treballa (@btvnoticies), a més dels diferents comptes (@bcn_joventut i @cultupopularbcn).

Pel que fa als tuïts de les dues setmanes de febrer, dos fan referència a l'homenatge a Hilari Salvadó, exalcalde republicà de la ciutat comtal. L'altre tracta sobre l'ocupació de la Rimaia. En aquest cas, en els tres tuïts només menciona al mitjà (@btvnoticies) i no insereix cap etiqueta. Tots tres, però, tenen adjuntada una fotografia.

Finalment, el tuït del mes de març fa referència a la campanya de donació de sang del parc de Llevant, una campanya promoguda pels Bombers de la Generalitat. L'estructura d'aquest tuït segueix la de la resta, però López opta per incorporar l'etiqueta #bombersambcor i la menció al col·lectiu (@bcn_bombers).

Per tant, López, com ja s'havia confirmat a l'entrevista, sempre incorpora un element audiovisual al tuït, majoritàriament imatges, i intenta tenir en compte les mencions i les etiquetes, encara que dels 7 tuïts analitzats només n'incorpora en un. Així, dels 7 tuïts totals, 7 incorporen almenys una menció, 1 porta etiqueta, 7 incorporen una imatge i cap conté un enllaç o vídeo.

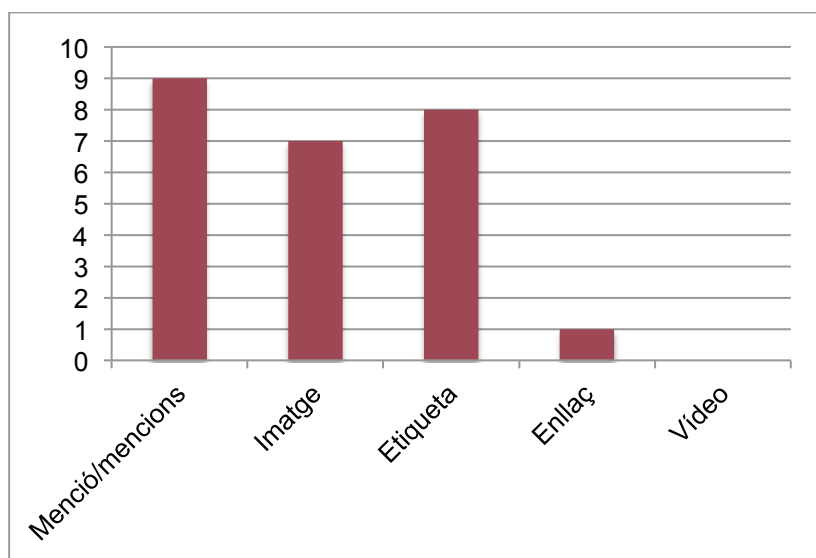


Figura 7. Gràfic del nombre de tuïts que contenen cada element de la plataforma. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @lauraLsedano.

Com a conclusió de l'anàlisi del corpus de tuïts de la periodista, observem que fa un tuït, i en algun cas dos, per a cada esdeveniment. Probablement el baix nombre de tuïts en total es deu al fet que López treballa al torn dels informatius de caps de setmana i, per tant, les possibilitats de tuïtejar es redueixen a quatre dies per a cada mes analitzat.

4.2.3. Jordi Julià, 8 al Dia

En observar la taula d'anàlisi de tuïts de Julià, veiem que durant les setmanes analitzades del mes de gener el periodista va fer 6 tuïts, el febrer 2 i el març només un.

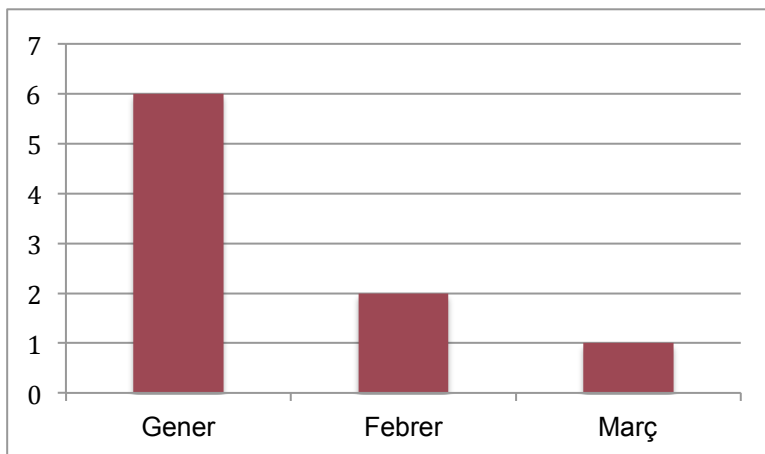


Figura 8. Gràfic del nombre de tuïts publicats per Julià al llarg de les setmanes analitzades. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @enjordiulia.

Els sis tuïts del mes de gener fan referència a diferents esdeveniments: Premi Ramon Llull, l'estrena del musical *Rent*, a l'obra de Vilarasau i Boixaderes *Infàmia*, al concurs internacional Tenor Viñas, preocupació a Flix per l'espera de solucions per part de l'Ajuntament i la presentació d'un llibre sobre l'obra de Núria Espert. Aquest fet, igual que en el cas de la Laura López, ens fa pensar que Julià tuïteja una vegada per a cada cobertura informativa.

Els sis tuïts del mes de gener segueixen una estructura similar, amb la incorporació de mencions, etiquetes i imatges a més d'un text informatiu. Així, Julià opta per incorporar etiquetes dels col·lectius o persones implicades en l'esdeveniment que cobreix, com Víctor Amela (@victoramela), el compte del musical *Rent* (@rent_elmusical), el teatre Villarroel en fer referència a l'obra *Infàmia* (@la_villarroel, l'Ajuntament de Flix (@AjuntamentFlix) i al Teatre Lliure (@teatrelliure). En tots els tuïts, com succeeix també en el cas de López, Julià menciona el compte del seu mitjà (@8aldia).

Pel que fa a les etiquetes, utilitza la de #rentelmusical i #bcn per anunciar l'estrena del show, els de #EmmaVilarasau #JordiBoixaderes, #Infàmia i #Teatre per fer referència a l'obra dels dos actors catalans al Villarroel i en un dels casos incorpora l'etiqueta #noticies8aldia. Així mateix, cal destacar que tots els tuïts contenen una imatge.

Pel que fa a les setmanes analitzades del mes de febrer, ambdós tuïts incorporen mencions i etiquetes, i un d'ells una fotografia. Així, el periodista, en un d'ells explica que està parlant amb Joan Pera, fent menció al seu compte de Twitter (@JoanPera_), al teatre Goya, mencionant també el compte de l'edifici (@Teatre_Goya) per l'estrena de l'obra *l'Avar*. En aquest cas, incorpora tant la menció com l'etiqueta del mitjà (@8aldia, #8aldia). D'altra banda, l'altre tuït fa referència a la projecció de *I am Your Father* en el marc de l'esdeveniment Star Wars Fans. Aquest tuït incorpora menció al cinema de Texas (@CineTexas2014), al nom de la projecció (@Finding_prowse) i l'etiqueta #Starwars. En aquest cas, Julià no insereix cap element visual.

Per últim, el tuït del març fa referència a la conferència de Santi Vila “Demà és ara”. El periodista fa un tuït per anunciar que aviat es començarà a impartir la conferència del conseller de Cultura. Per fer-ho, menciona a Santi Vila (@SantiVila) i al mitjà (@8aldia).

Per tant, en Jordi Julià, com ja s’havia reflectit a l’entrevista, sempre incorpora mencions a persones o col·lectius que nombra, així com també al mitjà per anunciar què es veurà al programa. En bastants ocasions incorpora etiquetes referents a l’acte o esdeveniment que cobreix. Així, dels 9 tuïts totals, 9 incorporen almenys una menció, 8 porten almenys una etiqueta, 7 incorporen una imatge, 1 té un enllaç i cap conté un vídeo.

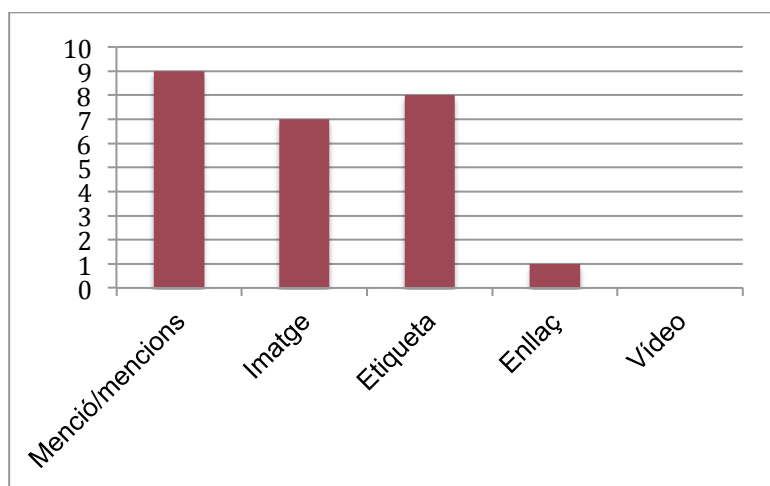


Figura 9. Gràfic del nombre de tuïts que contenen cada element de la plataforma. Elaboració pròpia a partir del compte de Twitter @enjordi Julia.

Com a conclusió de l’anàlisi del corpus de tuïts del professional, observem que normalment fa un tuït per a cada esdeveniment. Probablement el baix nombre de tuïts en total es deu al fet que Julià treballa a la secció de Cultura i pot succeir que en alguns dies de la setmana no hi hagi temes referents a aquest àmbit. Tanmateix, també pot ser que com que el mitjà no requereix a Julià l’ús de Twitter mentre treballa, ja que el periodista va decidir incorporar-ho a les seves rutines ell mateix, només publiqui a Twitter quan creu que el tuït pot ser útil per a l’audiència.

4.2.4. Comparativa

Tal com s’ha vist al llarg de les anàlisis individuals, els tres periodistes fan un ús molt diferent de la plataforma. Així doncs, mentre que Congostrina fa més d’un tuït per a cada esdeveniment, arribant fins i tot als 18 en el cas de Freginals, López i Julià fan un tuït per cobertura informativa. Aquest fet, probablement justifica la gran diferència que hi ha en nombre de tuïts publicats.

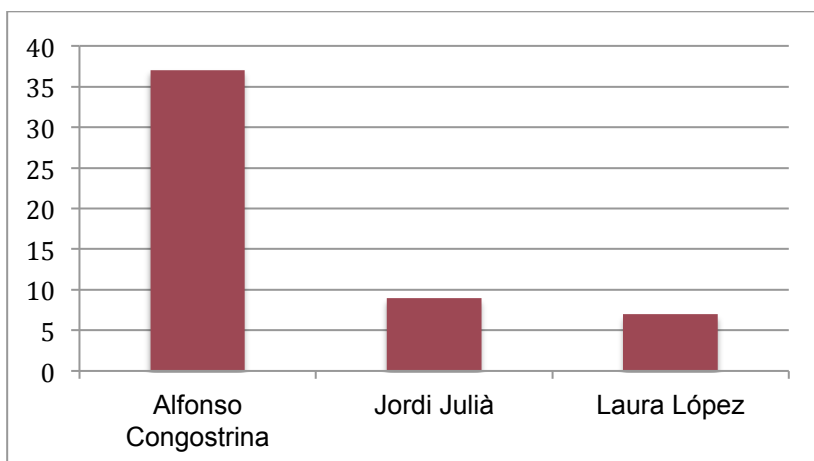


Figura 10. Gràfic del nombre de tuïts publicats per cada periodista al llarg de les setmanes analitzades. Elaboració pròpia a partir dels comptes de Twitter @alfcongostrina, @enjordiulia i @lauraLsedano.

A partir de l'anàlisi també s'ha pogut observar que els tres professionals tenen una estructura preestablerta que segueixen a la majoria de tuïts. Així, mentre que Congostrina dóna molta importància als vídeos, ja que els incorpora a 24 dels 37 tuïts analitzats, López opta per la inserció d'imatges, ja que n'incorpora a tots els tuïts estudiats. Jordi Julià també insereix fotografies quan incorpora algun element audiovisual.

No obstant això, els tres periodistes coincideixen en optar per l'ús d'etiquetes i mencions. Tot i així, mentre que López i Julià incorporen l'etiqueta del mitjà on treballen (@btvnoticies i @8aldia) en tots els tuïts analitzats, Congostrina només ho insereix en els tres tuïts de febrer on incorpora un enllaç que porta a la versió digital del mitjà. En la majoria de casos, però, el periodista insereix mencions a altres col·lectius o persones.

En general, les pràctiques a la plataforma Twitter per part de cada un dels professionals es corresponen amb les visions que s'han obtingut de cada un a les entrevistes. És així perquè tant López com Congostrina asseguraven la prioritat dels elements audiovisuals al tuït. Els tres donaven importància a les etiquetes i mencions i, mentre que aquest fet es veu reflectit en els casos de Congostrina i Julià, en el corpus de tuïts de López només s'ha contemplat en el cas de les mencions, ja que només s'ha trobat una etiqueta.

Al mateix temps, en posar la menció al programa @8aldia, Julià confirma el que comentava a l'entrevista, en referència que el tuït "esdevé una mena d'esquer perquè l'espectador sàpiga de què es parlarà al programa".

Ara bé, en molts pocs casos s'ha vist un enllaç en el corpus de tuïts analitzat dels periodistes, la qual cosa, segons Roig i Muñoz, hauria de ser una de les prioritats per tal de donar la possibilitat al lector de fer una lectura d'una peça més llarga al portal digital del respectiu mitjà.

Així doncs, aquest fet demostra que cada periodista ha anat establint les seves pròpies directrius a l'eina, ja que tal com deia Albert Muñoz, fer tuïts “és artesanía pura”, ja que “no hi ha receptes ni fórmules màgiques”.

4.2.5. Taula resum amb les principals conclusions de l'apartat

A mode de resum, exposem a la taula que es mostra a continuació les principals conclusions i aportacions obtingudes a partir de l'anàlisi del corpus de tuïts. Així, presentem els diferents usos de l'eina per part dels testimonis.

Periodista	Fets destacables
Alfonso Congostrina	<ul style="list-style-type: none"> Total de 37 tuïts <ul style="list-style-type: none"> Gener: 2 tuïts Febrer: 3 tuïts Març: 32 tuïts Evolució en nombre de tuïts al llarg dels tres mesos. Fa més d'un tuït per esdeveniment, oferint una mena de retransmissió en directe. Ús d'etiquetes, mencions i elements audiovisuals, majoritàriament vídeos: <ul style="list-style-type: none"> 31 tuïts amb menció 30 tuïts porten etiqueta 24 tuïts tenen vídeo 9 tuïts amb imatge 4 tuïts amb un enllaç
Laura López	<ul style="list-style-type: none"> Total de 7 tuïts <ul style="list-style-type: none"> Gener: 3 tuïts Febrer: 3 tuïts Març: 1 tuït Cal tenir en compte que de cada mes analitzat, López només pot haver tuïtejat durant 4 dies, ja que la periodista treballa al torn de caps de setmana. Fa un tuït per esdeveniment, oferint una mena d'avanç del què es veurà a l'informatiu. Ús de mencions i elements audiovisuals, majoritàriament imatges: <ul style="list-style-type: none"> 7 tuïts amb menció 7 tuïts amb imatge 1 tuït amb etiqueta Cap amb enllaç o vídeo
Jordi Julià	<ul style="list-style-type: none"> Total de 9 tuïts <ul style="list-style-type: none"> Gener: 6 tuïts Febrer: 2 tuïts Març: 1 tuït

	<ul style="list-style-type: none"> • Cal tenir en compte que Julià és redactor de la secció de Cultura i que el periodista va incorporar Twitter a les rutines periodístiques perquè ho va decidir ell. • Fa un tuït per esdeveniment, oferint una mena d'avanç del què es veurà a l'informatiu. • Ús de mencions, etiquetes i elements audiovisuals, majoritàriament imatges: <ul style="list-style-type: none"> ○ 9 tuïts amb menció ○ 8 tuïts amb etiqueta ○ 7 tuïts amb imatge ○ 1 tuït amb enllaç ○ Cap amb vídeo
Comparativa	<ul style="list-style-type: none"> • Els tres periodistes fan un ús diferent de la plataforma: Congostrina fa retransmissions en directe per Twitter, mentre que López i Julià acostumen a fer un tuït per cobertura informativa. • Els tres periodistes fan ús d'etiquetes i mencions. López i Julià sempre incorporen l'etiqueta del mitjà on treballen, mentre que Congostrina no. • En molt poques ocasions al llarg de l'anàlisi hem vist un tuït amb un enllaç, un ítem que al parer dels experts hauria de ser una prioritat a l'hora de tuïtejar.

Taula 4. Taula resum de les conclusions més destacades dels usos de Twitter per part de cada entrevistat de l'apartat "Anàlisi de resultats del corpus de tuïts". Elaboració pròpia a partir dels resultats de l'anàlisi del corpus de tuïts.

5. CONCLUSIONS

Un cop realitzat l'anàlisi de resultats, arriba el moment d'exposar les principals conclusions a les què hem arribat en aquesta investigació i a continuació exposarem la discussió i les possibles línies futures de recerca que ens ha suggerit la realització d'aquest treball de recerca.

5.1. Conclusions de la recerca

A través del marc teòric i del treball de camp del present Treball de Fi de Grau, hem pogut anar resolent els objectius que ens havíem plantejat a la introducció de la recerca.

En primer lloc, a partir de la recerca bibliogràfica per tal d'abordar la part teòrica de la investigació, s'han justificat els canvis i transformacions que actualment el món del Periodisme està vivint a causa de la digitalització. La proliferació de les noves tecnologies ha capgirat les rutines periodístiques dels mitjans de comunicació i els professionals han hagut d'adaptar les seves habilitats i la seva tasca professional informativa a aquestes noves maneres de fer.

Durant tota la recerca hem tingut en compte aquesta màxima i l'hem centrada amb l'estudi de l'ús de Twitter com a eina complementària en la tasca informativa per part dels periodistes. Per aquest motiu, la part pràctica ha comptat amb el testimoni de tres professionals que actualment utilitzen l'eina de microblogging mentre estan cobrint esdeveniments. Per tal de justificar l'existència d'aquesta nova pràctica en les rutines periodístiques, s'ha portat a terme una anàlisi exhaustiva de la pràctica periodística a Twitter a partir de l'estudi d'un corpus de tuïts dels periodistes.

D'altra banda, per tal d'obtenir una visió més acadèmica sobre aquest fenomen s'ha comptat amb l'opinió de dos experts en Periodisme Digital i xarxes socials. Tot això ens ha permès obtenir una visió sòlida dels diferents usos que fan els periodistes de l'eina i hem pogut conèixer de primera mà com aquest fet ha capgirat les rutines periodístiques d'aquests professionals.

A partir de l'anàlisi de resultats, hem pogut constatar que actualment moltes empreses periodístiques catalanes opten per incrementar la seva presència a les xarxes socials amb el requeriment d'incorporar almenys Twitter a les rutines de la redacció per part dels professionals de plantilla. De fet, dos dels tres testimonis van començar a incorporar la plataforma a partir de l'exigència del mitjà, fet que constata una de les nostres suposicions inicials.

No obstant això, no hi ha unes directrius que els professionals puguin seguir per tal d'utilitzar l'eina social de Twitter i, tal com hem observat amb el relat dels testimonis, tots ells han après el funcionament de l'eina a mesura que l'anaven

utilitzant al dia a dia, observant les pràctiques d'altres membres de la redacció o a través de consells de companys experts en Periodisme Digital. De fet, fins i tot els experts consideren que no hi ha unes prioritats preestablertes a l'hora de concebre un tuït, però sí que donen molta importància a la incorporació d'un enllaç per tal d'oferir a l'audiència una informació més contextualitzada i elaborada.

A partir de l'anàlisi del corpus de tuïts individual de cada periodista també hem pogut constatar quins criteris utilitza cada periodista alhora de concebre un tuït, un altre dels objectius que ens havíem plantejat a l'inici de la recerca. Ara bé, tot i que els tres testimonis tinguin en compte els elements que la plataforma els permet incorporar, com les etiquetes, mencions i elements audiovisuals, al llarg de l'anàlisi del corpus de tuïts hem vist que molt pocs d'ells incorporaven enllaços, fet que al parer dels experts hauria de ser una prioritat. Aquest ús semblant de les etiquetes i les mencions ens fa pensar que des dels professionals del propi sector s'està intentant establir una mena de criteris per donar informació a Twitter.

En referència a això, tal com hem vist a l'anàlisi de resultats del corpus de tuïts, els tres professionals utilitzen l'eina amb diferents finalitats. Així, en alguns casos la utilitzen per fer retransmissions en directe d'esdeveniments, com és el cas de Congostrina, mentre que Julià i López més aviat fan una mena d'avanç informatiu del què es veurà al programa. De fet, aquests dos professionals en donar un avanç, incorporen l'etiqueta del mitjà on treballen, un ítem que Congostrina no insereix en cap dels tuïts analitzats. Aquest fet ens fa creure que cada empresa periodística busca una projecció concreta i diferent a la xarxa social.

Malgrat que els professionals considerin que fer tuïts mentre es porten a terme la resta de tasques pròpies de l'ofici pugui ser complicat, els requereixi treballar a un ritme més accelerat o comportar problemes tècnics en alguns casos, en general els entrevistats consideren que l'eina és essencial pel Periodisme i han encarat amb optimisme el seu aprenentatge. D'aquesta manera, consideren que és una eina òptima per difondre informació, per trobar temes d'última hora i contactar amb les fonts.

Tot i així, els tres testimonis dubten que Twitter permeti fer Periodisme de qualitat. Rosa Alba Roig coincideix amb ells, mentre que Albert Muñoz considera que l'eina sí que permet fer un periodisme de qualitat, tot i que destaca que és important saber-la utilitzar per a fer-ho. Davant d'això, Roig considera que un dels principals errors actual en l'ús de Twitter és buscar estar present a tot arreu sense incorporar res de valor afegit.

Quant a les habilitats i aptituds necessàries per a fer aquest ús de l'eina, els experts consideren que les habilitats més importants són les que serveixen per a tots els periodistes independentment del mitjà on treballin. Així, destaquen la capacitat de buscar informació, contrastació, bones fonts, saber trobar informació ràpidament, tenir contactes i dominar diversos llenguatges.

Pel que fa a les dificultats a l'hora de portar a terme la recerca, una de les principals va ser la d'acotar l'objecte d'estudi. Inicialment es pretenia estudiar totes les tècniques i aplicacions que els professionals havien incorporat a les seves rutines periodístiques, com Periscope, Snapchat i Facebook, a més de Twitter. Però per la durada de la investigació i la novetat d'aquestes eines socials es va considerar gairebé impossible l'abordatge de totes elles. Per aquest motiu, tal com s'ha explicat a l'apartat 3.3 de la metodologia, es va decidir centrar la recerca a Twitter.

Una altra de les dificultats va ser la d'establir una metodologia que ens permetés una anàlisi acurada de l'objecte d'estudi. En un primer moment era difícil saber si la metodologia emprada ens permetria obtenir una visió prou sòlida del canvi que s'està vivint a les redaccions periodístiques, ja que es va optar per estudiar el cas de tres periodistes.

Per aquest motiu, cal tenir en compte que la mostra escollida ha estat no probabilística i, que per tant, els resultats no són extrapolables a tots els periodistes del territori català. Tot i així, considerem que les entrevistes en profunditat i l'anàlisi del corpus de tuïts seleccionat ens ha permès constatar que Twitter ja és un complement en la tasca professional informativa en algunes empreses de comunicació catalanes. En consonància a aquest fet, creiem que amb el mètode quantitatiu de l'enquesta hagués estat molt més difícil poder justificar l'objecte d'estudi que ens vam plantejar a la introducció de la investigació.

Finalment, però, considerem que la metodologia emprada ens ha permès obtenir un índex de qüestions que considerem que en un futur es podrien estudiar en un àmbit i amb una mostra representativa majors, on el nostre treball podria servir per treballar en el disseny d'un estudi global posterior ajustat al territori. Una recerca que permetria començar a desenvolupar eines quantitatives, com per exemple qüestionaris, entre mostres representatives d'un univers a censar i determinar.

Així doncs, i per concloure, considerem que el mètode establert ens ha permès obtenir una primera impressió del fenomen estudiat, que probablement serà útil per a futures recerques.

5.2. Discussió i línies de futur

A partir de la primera aproximació que s'ha intentat donar a la present recerca sobre la incorporació de l'eina social Twitter a les rutines periodístiques de les empreses de comunicació poden fer-se un ampli nombre d'investigacions relacionades amb diferents aspectes que han sorgit al llarg del treball.

Com hem vist, un dels problemes de l'ús de Twitter és que no hi ha unes directrius preestablertes que ajudin als periodistes a fer un ús homogeni de la plataforma. Davant d'aquest fet, ens sorgeix la idea d'un possible projecte de recerca on s'intentin establir uns criteris a l'hora de tuïtejar, a partir de les opinions d'experts en la plataforma. D'aquesta manera, la iniciativa podria establir una mena de llibre d'estil amb els criteris bàsics que podria servir com a guia a les redaccions periodístiques i ajudaria als professionals a aprendre més ràpidament i eficaçment l'eina.

D'altra banda, tots els entrevistats han coincidit en el fet que els plans d'estudi de les universitats han d'adaptar-se als nous temps i tenir en compte el què succeeix al dia a dia de les redaccions dels mitjans de comunicació. Una altra possible investigació en referència a aquesta problemàtica seria la d'analitzar els plans d'estudis de les facultats que formen comunicadors a les universitats, i estudiar el nivell d'ajustament al nou entorn digital tenint en compte, també, les aportacions obtingudes en aquest primer acostament. D'aquesta manera, de la recerca s'obtindria una proposta d'un pla d'estudi totalment adaptat a les noves exigències de mercat.

Per acabar, el treball dut a terme durant aquests mesos ens fa creure fermament que les dinàmiques periodístiques han viscut una gran revolució amb l'arribada d'Internet i que probablement hi seguirà havent canvis al sector. Per això, cal encoratjar els periodistes a estar atents a l'emergència de noves eines per tal d'aprendre-les i treure'ls-hi el màxim partit per a l'ofici.

No obstant això, caldrà veure que succeeix amb Twitter, ja que, malgrat que es constata que és una eina informativa molt útil, l'empresa Twitter està passant per moments difícils a nivell econòmic que posen en dificultat la seva continuïtat i que fa que es busquin altres maneres de perpetuar la seva existència.

6. BIBLIOGRAFIA

Agencia Nacional de Evaluación de Calidad y Acreditación (2005). Libro Blanco. Títulos de Grado en Comunicación. Recuperat el 15 de febrer de 2016, de http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf

Asociación de la Prensa de Madrid (2014). Informe Anual de la Profesión Periodística. Recuperat el 20 de febrer de 2016, de http://www.apmadrid.es/images/stories/Informe%20profesion_2014_def_baja.pdf

Basterra, F. (2002). ¿Son necesarios los periodistas en el nuevo entorno multimedia?. *Congreso de tecnología de la información y sus desafíos, noviembre 2002*, 219-222. Recuperat el 04 de març de 2016, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=611395>

Cobo, S. (2012). Internet para periodistas. Kit de supervivencia para la era digital. Barcelona: Editorial UOC.

Deuze, M. (2004). What is media journalism?. *Journalism Studies, Volume 5, Number 2, 2004*, 139-152. Recuperat el 18 de febrer de 2016, de <http://raffaelepizzari.com/wp-content/uploads/2011/11/10.1.1.94.9088.pdf>

Díaz, B. (2011). La crisis en la industria de la prensa. Vida más allá del papel. *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación), Enero – Marzo 2011*, 1-15. Recuperat el 22 de febrer de 2016, de <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011012509430001&id idioma=es>

Espiritusanto, O. & Gonzalo, P. (2011). Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación. *Colección Fundación Telefónica*, 31, 19-28. Recuperat el 02 de febrer de 2016, de <http://www.revistacomunicar.com/pdf/2011-12-15-libro-periodismo-ciudadano.pdf>

Esteban, C. (2012). Las nuevas profesiones del Periodismo. *Cuadernos de comunicación EVOCA*, 7, 17-22. Recuperat el 01 de març de 2016, de <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos7.pdf>

Estudio General de Medios (2015). Resumen general de febrero a noviembre de 2015. Recuperat el 15 de desembre de 2015, de <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

Flores, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Revista comunicar, número 33, vol. XVII*, 73-81. Recuperat

el 03 de març de 2016, de <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=33&articulo=33-2009-09>

Franco, M. & Pellicer, M. (2014). Optimismo para periodistas. Claves para entender los Nuevos medios de comunicación en la era digital. Barcelona: Editorial UOC.

García Avilés, J., Salaverría, R. & Masip, P. (2008). Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. *Congreso Internacional Fundacional AE-IC, Santiago de Compostela, 30, 31 de enero y 1 de febrero de 2008*. Recuperat el 22 de febrer de 2016, de <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/134.pdf>

García Avilés, J. & Salaverría, R. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos, número 23*, 31-47. Recuperat el 03 de març de 2016, de <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5071/1/154114.pdf>

Gil, Q. (1999). Diseñando el periodista digital. *Sala de Prensa, año II, volumen 2*. Recuperat el 22 de febrer de 2016, de <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>

González, S. & Ortells, S. (2012). La polivalencia periodística de los profesionales en las redes sociales. *Estudios sobre el mensaje periodístico, vol. 18, núm especial octubre 2012*, 455-463. Recuperat el 12 de febrer de 2016, de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/41000/39250>

Grabowicz, Paul (2014). Tutorial: The Transition To Digital Journalism. *Print and Broadcast News and The Internet*. Recuperat el 15 de març de 2016, de <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/digital-transform/>

Howard, I. & Klinger, L. (2014). Core skills for the future of Journalism. *The Poynter Institute for Media Studies*. Recuperat el 20 de febrer de 2016, de http://www.newsu.org/course_files/CoreSkills_FutureofJournalism2014v5.pdf

Jenkins, H. (2006). Convergence Culture. Where old and new media collide. New York: New York University Press.

Masip, P. & Micó, J. (2009). El periodista polivalente en el marco de la convergencia empresarial. *Quaderns del CAC, 31-32*, 91-99. Recuperat el 29 de febrer de 2016, de https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q31-32_Masip_ES.pdf

Meso, K. (2003). La formación del periodista digital. *Revista Latinoamérica de Comunicación CHASQUI*, número 084, 5-11. Recuperat el 02 de març de 2016, de <http://www.redalyc.org/pdf/160/16008401.pdf>

Pérez, W. (2003). Del periodista tradicional al digital. *Revista La Tadeo*, 68, 141-146. Recuperat el 22 de febrer de 2016, de http://avalon.utadeo.edu.co/dependencias/publicaciones/tadeo_68/68141.pdf

Ribas, C. (2012). Especializados, especialistas y expertos. *Cuadernos de comunicación EVOCA*, 8, 29-34. Recuperat el 15 de març de 2016, de <http://evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos8.pdf>

Rintala, N. & Suolanen, S. (2005). The implications of digitalization for job descriptions. Competencies and the quality of working life. *Nordicom*, 53-68. Recuperat el 25 de febrer de 2016, de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.100.5650&rep=rep1&type=pdf>

Salaverría, R. (1999). De la pirámide invertida al hipertexto: hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital. *Novatica nov./dic. 1999 n° 142*, 12-15. Recuperat el 18 de febrer de 2016, de http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5186/4/de_la_piramide_invertida_al_hipertexto.pdf

Salaverría, R. (2012). Medios y periodistas, ¿un futuro compartido?. *Cuadernos de comunicación EVOCA*, 7, 11-16. Recuperat el 01 de març de 2016, de <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos7.pdf>

Salaverría, R. (2005). Redacción periodística en Internet. Navarra: S.A. EUNSA, Ediciones Universidad de Navarra.

Scolari, C., Navarro, H., Pardo, H. & Micó, J. (2007). Nous perfils professionals i polivalència del periodista a Catalunya: mapa de situació. *Quaderns del CAC*, número 27, 113-122. Recuperat el 02 de febrer de 2016, de <http://www.recercat.cat/handle/10854/2449>

Soler, P. (2011). La investigación cualitativa. Un enfoque integrador. Dins de L. Vilches (coord.), *La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital*, 189-233. Barcelona: Editorial Gedisa.

Thompson, I. (1999). *Convergence in television and the Internet* (2 ed.). Londres: Informa Media Group.

Túñez, M., Martínez Y. & Abejón, P. (2010). Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 2010,

vol. 16, 79-94. Recuperat el 22 de febrer de 2016, de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP1010110079A>

Valles, M. (1999). Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional. Madrid: Editorial Síntesis S.A.

Vilches, L. (2011). La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital. Barcelona: Gedisa.

7. ANNEXOS

7.1. Anàlisi qualitativa de les entrevistes

Categoria	Periodista / Expert	Declaracions
Canvis a l'exercici del Periodisme	Alfonso Congostrina	<p>"Amb Internet les exclusives han desaparegut. Com que tot és tan immediat ara se sap tot al moment"</p> <p>"Gràcies a les eines socials m'arriben més informacions i m'és més fàcil contactar amb les fonts"</p>
	Laura López	<p>"La digitalització ha fet que hi hagi més immediatesa i que hagi d'estar pendent de moltes més coses i més inputs mentre fas la teva feina"</p> <p>"Com que ara és tot tan immediat, amb el Twitter o amb les aplicacions que té cada periodista s'ha de ser molt ràpid"</p> <p>"És molt més fàcil assabentar-se de l'actualitat i estar informat"</p>
	Jordi Julià	"La digitalització ha comportat canvis brutals i totals. El Periodisme d'abans era molt artesanal, ja que el periodista estava tot el dia preparant la seva peça cuidant-ne cadascun dels detalls i ara amb la digitalització tot això ha canviat totalment"
	Albert Muñoz	<p>"Avui dia més de la meitat de les fonts a les que recorrem estan a Internet, siguin xarxes socials, correus electrònics, webs o blogs"</p> <p>"Abans fer una recerca històrica requeria hores i dies de feina. Ara és inexcusable que algú no hagi fet un Google per comprovar una dada"</p> <p>"Tot és molt més fàcil de difondre. El primer efecte de la digitalització ha estat la immediatesa"</p> <p>"Internet ens obliga a fer un discurs de comunitat com a mitjans, ja que no té sentit publicar coses que ja ha tret un altre"</p>
	Rosa Alba Roig	"La digitalització ha portat molts canvis en la velocitat de transmissió i de recollida d'informació. Actualment tot és més accessible, tant el que es publica des dels mitjans com l'accés a les fonts d'informació"

		<p>“La digitalització ha obert nous gèneres periodístics i la gestió de grans volums d’informació a una gran velocitat”</p> <p>“Hi ha hagut un desplaçament de generacions no tant adaptades als mitjans digitals per anar a buscar professionals més joves, més polivalents i multidisciplinars”</p> <p>“Les eines són diferents tant en la producció com en la distribució i això ha fet que tot s’hagi de produir més i més ràpid perquè la velocitat és la que mesura la influència d’un mitjà”</p>
Avantatges i inconvenients de les noves tecnologies	Alfonso Congostrina	<p>“La immediatesa és un avantatge però a vegades no es contrasten els continguts. Les presses fan que sigui com una lluita contra mitjans per veure qui treu primer la informació”</p> <p>“Les noves tecnologies són eines tan noves que ningú ha donat les directrius per fer-ne bon ús”</p> <p>“Amb les noves eines socials la gent llegeix més que abans i està més informada”</p> <p>“Les eines socials segurament no fan Periodisme de qualitat, però mai hem estat més informats que ara. A més a més, podem interactuar amb els públics”</p>
	Laura López	<p>“La rapidesa i la immediatesa són un element molt positiu”</p> <p>“A vegades és molt difícil estar concentrat perquè surtin bé tots els continguts que fem per a cada plataforma i és molt fàcil perdre punts de qualitat en alguns continguts”</p> <p>“Les eines socials permeten fer Periodisme exprés. En aquestes plataformes preval la immediatesa i moltes vegades allò que és immediat i ràpid no és el millor. Hi ha gent que hi treballa molt bé però jo crec que en general no es tracta d’un Periodisme de qualitat. Intentar ser el primer a vegades pot comportar errors”</p>
	Jordi Julià	<p>“La digitalització arriba immediatament, a qualsevol instant i a qualsevol lloc. Quan passa alguna cosa, ja està tot publicat amb tots els detalls i les curiositats”</p> <p>“Hi ha menys temps per elaborar cada notícia i menys temps per cuidar-la. Això fa que moltes</p>

		<p>vegades es perdi la qualitat amb tanta digitalització. Al cap i a la fi, la digitalització vol que tot corri i que tot vagi molt ràpid”</p> <p>“El Periodisme instantani consisteix en publicar una notícia explicada ràpidament per a poder-la consumir. Això fa que a vegades, amb les presses, el rigor es perdi. A vegades no es contrasten totes les fonts i les opinions per voler ser el primer”</p> <p>“Crec que les eines socials permeten un periodisme de proximitat, però no de qualitat. Un periodisme que fa a l’espectador particip de la notícia”</p>
	Albert Muñoz	<p>“La digitalització ha portat més beneficis que inconvenients. Les noves tecnologies ens han vingut a facilitar la feina, ja que és més fàcil aconseguir informació i difondre-la”</p> <p>“Més que inconvenients considero que hi ha elements a tenir en compte, com per exemple, a nivell de xarxes socials, què és noticiós i què no, què és públic i què no”</p> <p>“El fet que la difusió sigui molt més fàcil de copiar, ha perjudicat els drets d'autor”</p> <p>“S’han de reescriure les normes tenint en compte que han de ser normes la dinàmica habitual de les quals faci que es compleixin, del contrari, el risc de la còpia en accés farà que ens carreguem el model de negoci dels mitjans de comunicació privats”</p>
	Rosa Alba Roig	<p>“En ocasions s’ha abandonat la missió final del Periodisme condicionant-nos per la incorporació d’aquestes noves eines i usos per aconseguir audiències, un fet que ha perjudicat greument la missió final del Periodisme i ha portat a un pitjor exercici de la professió”</p> <p>“També ha canviat la manera de treballar a les redaccions i la immediatesa cada vegada va sent més important en detriment al treball més de reflexió i contrastació”</p>
	Alfonso Congostrina	<p>“Vaig obrir el compte de Twitter al 2011, però no li feia massa cas perquè no entenia l’eina. A la feina fa un any que l'utilitzo”</p> <p>“El vaig començar a utilitzar perquè l’empresa</p>

Ús de Twitter com a eina complementària a la tasca professional informativa		<p>m'ho va requerir. Els mitjans tenen molt en compte el tema de les xarxes socials, ja que són una manera de rebre visites. Se'm va requerir per primera vegada per cobrir una manifestació a l'Hospitalet l'any passat, però l'ús més extensiu va ser a partir de l'última diada, on ens van obligar a tots a fer molts tuïts per tal d'oferir una mena de directe"</p> <p>"En el meu cas, el mitjà s'ha apropiat de la meua xarxa social. El Facebook l'utilitzo privadament i el Twitter l'utilitzo per donar el directe de les notícies, de manera que és com propietat del mitjà. D'aquesta manera intento que el mitjà tingui visites"</p> <p>"Fer tuïts mentre estàs de rodatge o cobrint un fet noticiós és molt difícil. És difícil anar ràpid i a vegades el mòbil pot bloquejar-se o perdre la cobertura"</p>
	Laura López	<p>"Em vaig crear el Twitter fa quatre anys per la feina quan estava al programa Connexió Barcelona, un programa en directe que funcionava molt amb el Twitter. D'altra banda, ara, a Informatius, quan es va posar més de moda també se'ns va demanar que intentéssim moure els continguts a les xarxes socials a través de l'aplicació"</p> <p>"L'ús de Twitter l'he encaixat amb optimisme, amb ganes d'aprendre. Per mi és com un aprenentatge, una oportunitat per utilitzar diferents llenguatges i aprendre. No vull quedar-me enrere. Però a vegades és complicat segons els temes que s'han de cobrir. Si has d'estar concentrat amb la notícia és molt difícil trobar el moment de tuïtejar"</p> <p>"Amb la crisi econòmica ha sorgit aquesta excusa de polivalents... som polivalents però treballem per tres plataformes pel preu d'una"</p>
	Jordi Julià	<p>"Vaig començar a utilitzar Twitter fa 2 o 3 anys. Me'l vaig fer per treballar però no se'm va requerir des de l'empresa"</p> <p>"Des de fa uns anys, el periodista va a cobrir la notícia, la publica al moment a Twitter. Avui dia el periodista ha d'estar molt preparat per controlar totes les xarxes socials per a poder utilitzar-les bé. És bo perquè la gent s'integri</p>

		amb el Periodisme i el conegui bé, però això és molta més feina per a nosaltres”
	Albert Muñoz	<p>“Està bé que s'exigeixi la publicació de tuïts al periodista, ja que aquest fet va molt vinculat a la immediatesa”</p> <p>“Els primers periodistes que van començar a tuïtejar des dels llocs els ho van començar a fer perquè tenien la necessitat en veure un fet noticiós”</p> <p>“La gran virtut de Twitter és que els 140 caràcters de Twitter permeten un titular i qualsevol periodista quan cobreix un tema els busca d'alguna manera. Està bé que tots els titulars que hagi anat veient s'hagin anat publicant al seu compte de Twitter i s'hagin pogut explotar des del compte del mitjà o construint des de la redacció una notícia de tot allò que ha anat publicant”</p>
	Rosa Alba Roig	<p>“Si l'esdeveniment té una rellevància social molt gran, és necessari que el periodista en faci un relat al moment”</p> <p>“Fer un relat del minut a minut de qualsevol esdeveniment no té sentit ni valor social”</p>
Adquisició de les habilitats i aptituds necessàries	Alfonso Congostrina	“Vaig fer un curs de Twitter al Col·legi de Periodistes i d'altres cursos de Periodisme Digital quan em vaig quedar un temps a l'atur, però també he après practicant, veient com ho fan alguns companys que tenen molts seguidors o són tendència”
	Laura López	<p>“L'ús de Twitter va ser bastant autodidacta a l'inici. Però gràcies a alguns campanyes de la televisió experts en Periodisme digital, hem pogut aprendre bons usos de Twitter. Ens han ensenyat l'ús de les etiquetes i fins i tot entre tots vam ajudar-nos a escollir les fotografies de perfil, ja que són una representació nostra a Internet”</p> <p>“La digitalització ens ha ensenyat [als periodistes] a treballar amb altres llenguatges i això ens ajuda a practicar altres maneres de dir les coses i procurar ser originals”</p>
	Jordi Julià	“He après a utilitzar les noves tecnologies al dia a dia. Instagram, per exemple, ja el tenia i l'he començat a aprofitar per fer Periodisme. El Periscope és l'eina que em va costar més perquè és una eina molt recent i que ningú sap

		utilitzar gaire”
	Albert Muñoz	<p>“Actualment és necessari dominar diversos llenguatges. No obstant això, per mi les habilitats més importants són les que serveixen per tots els periodistes independentment del mitjà on treballin: capacitat de buscar informació, contrastació, tenir bones fonts, saber trobar tot el que hi ha a Internet ràpidament i poder accedir a allò que no hi és, així com també tenir contactes personals i experiència”</p> <p>“Recomanaria a tothom qui comença que sumi molts suports, ja que com més habilitats es tinguin millor”</p>
	Rosa Alba Roig	“Actualment es busca un periodista que sàpiga de molts mitjans i plataformes alhora i per tant, l'eina es converteix en molt important”
Criteris a l'hora de fer un tuït	Alfonso Congostrina	<p>“No concebo un tuït sense que hi hagi una etiqueta o una menció a un col·lectiu o entrevistat. Tampoc en faig sense foto o vídeo. Crec que amb un element audiovisual la gent el visualitza més i és més atractiu”</p> <p>“Sense etiqueta i menció és impossible interactuar amb l'audiència, ja que sense aquests dos elements és impossible arribar a tot el públic”</p> <p>“Mai he fet un tuït d'una exclusiva, sempre els faig de retransmissió”</p>
	Laura López	“Sempre dono prioritat a inserir una fotografia al tuït. Considero que li dona més presència i atrau més. A més a més, com que treballo en una televisió, tinc un interès en el llenguatge audiovisual i considero que és important inserir-la. Sempre poso fotografia, etiquetes de l'esdeveniment i menció als col·lectius o entrevistats”
	Jordi Julià	“El que faig habitualment és quan tinc el tuït o tinc la imatge del què és la notícia, ràpidament reaccio. Una estructura ràpida és posar el què diu un personatge en una roda de premsa citant la persona. D'aquesta manera el tuït esdevé una mena d'esquer que llencem perquè l'espectador sàpiga de què parlarem al programa. Sempre tinc en compte que he de posar el lloc, l'etiqueta i mencionar el col·lectiu”
	Albert Muñoz	“És artesanía pura. Igual que l'art de fer titulars de tota la vida. Intento no marcar prioritats. No hi ha receptes tancades ni fórmules màgiques. Hi

		<p>ha tuïts que sense foto que estan molt bé i d'altres que són bàsicament una foto amb un peu de foto que també"</p> <p>"Considero que l'enllaç hi ha de ser sempre per poder donar més context a la informació"</p>
	Rosa Alba Roig	"Un tuït té el format idoni per fer un titular i jo considero que a part del titular s'hauria d'incorporar un enllaç que portés a la pàgina on es desenvolupa la informació"
Etiquetes generades per l'audiència	Alfonso Congostrina	"És una manera d'aconseguir més seguidors. És utilitzar-la per tenir la màxima repercussió possible. Si és una etiqueta que ha estat generada per l'audiència i és la que està funcionant, està bé utilitzar-la per donar informació"
	Laura López	"Fer ús de les etiquetes generades per l'audiència és una manera d'assegurar-se que troben la informació que publiqués perquè l'etiqueta ha estat molt popular. Considero que si té repercussió i està funcionant, és l'etiqueta que s'ha d'utilitzar"
	Jordi Julià	"Amb les etiquetes tothom situa millor els comentaris de la gent. Per tant, si una etiqueta ha estat generada per l'audiència i és la més popular, està bé que s'utilitzi perquè la gent vegi tot el que s'ha comentat del tema"
	Albert Muñoz	"Incorporar les etiquetes generades per l'audiència té tot el sentit. Si la gent parla d'una pudor de merda i el mitjà fa una notícia sobretot basada en el què ha dit la gent, perquè aquesta etiqueta t'ho permetia, és lògic que la posis"
	Rosa Alba Roig	"El que busquem a les xarxes socials és introduir-nos en una conversa en la qual pensem que podem aportar-hi valor afegit. Per tant, si una conversa té l'etiqueta que l'audiència ha generat, l'hem d'utilitzar per a donar informació. Del contrari, limitem molt la difusió del missatge"
Twitter, eina essencial pel Periodisme	Alfonso Congostrina	<p>"És essencial perquè les rutines dels mitjans de comunicació ara van vinculades a les xarxes socials i a la immediatesa"</p> <p>"Twitter serveix per veure què està passant en el moment. És una manera de tenir informat a l'empresa, a més de l'audiència"</p>
	Laura López	"Twitter és una eina essencial per trobar més informació, a més d'oferir immediatesa a la nostra feina. És genial perquè permet trobar temes d'última hora"

	Jordi Julià	“Si no mires Twitter no t’assabentes de res. Twitter ha passat de ser una eina complementària a una eina bàsica per a l’ofici”
	Albert Muñoz	“Twitter és una eina essencial. Però hem de ser conscients que Twitter és una mica gremial i hi ha més xarxes socials. Facebook obté moltes més visites que Twitter. Però el Facebook ens va pitjor als periodistes perquè és més personal. Però el Twitter és fonamental no només per difondre notícies, sinó també per trobar-ne”
	Rosa Alba Roig	“Twitter és una eina essencial pels professionals que fan cobertures diàries d’informació” “És una eina que els mitjans no poden desapropitar perquè allà hi ha l’audiència potencial de la informació” “Twitter és una eina boníssima per a la immediatesa, però la retransmissió i el relat dels fets en la immediatesa només és una de les vessants del Periodisme. Twitter és una eina molt útil, però no la única eina del Periodisme”
Paper del periodista a les xarxes socials	Alfonso Congostrina	“Els consumidors escullen entre periodistes perquè els agraden ideològicament o com escriuen. Aquesta és l’única manera d’aconseguir vincular la informació” “Els periodistes de les xarxes socials són periodistes escollits pel lector que tenen tendència”
	Laura López	“El periodista s’ha de diferenciar de la resta de la ciutadania que pot crear continguts contrastant la informació i en la manera de gravar, fer fotografies... en la qualitat de les imatges. Tots podem compartir informació però fer notícies és tasca dels periodistes i s’ha de notar que cada dia en fem”
	Jordi Julià	“El periodista s’ha de diferenciar de la gent que publica continguts a Internet amb el fet de contrastar la informació. La feina del periodista és mirar totes les fonts, contrastar-les i extreure el que realment és interessant pel lector, espectador o oient. Els periodistes hem de respectar l’ètica de l’ofici”
	Albert Muñoz	“El periodista assoleix marca, aquella marca té interès i per tant l’ha de gestionar. Ara bé, fins a quin punt el professional és l’amo de la seva marca a les xarxes socials? Jo crec que és una propietat compartida”
	Rosa Alba Roig	“El periodista a les xarxes socials hauria de fer un pas enrere i aportar la reflexió que a vegades

		busca el narrador a l'instant. El periodista sempre ha d'aportar reflexió, anàlisi i context, treballi en el mitjà que sigui"
Plans d'estudi de les universitats	Alfonso Congostrina	<p>"La universitat ha de ser sempre experimental. Però és difícil trobar un professor que pugui explicar l'ús d'aquestes eines, ja que actualment els alumnes que han nascut amb Internet ja saben més sobre aquestes aplicacions que el professor"</p> <p>"Potser s'haurien de potenciar un altre tipus de classes més pràctiques, i no pas de magistrals"</p>
	Laura López	<p>"Si no es tracta com a assignatura i no es dona pes a les noves eines socials jo crec que és un error perquè sempre es dona per fet que la majoria de periodistes sabem utilitzar totes aquestes eines perquè les utilitzem en el nostre temps d'oci"</p> <p>"Estaria bé que quan un estudia la carrera, a més de fer les respectives pràctiques de ràdio, televisió i premsa, tingués la oportunitat de aprendre com crear un perfil a les xarxes socials"</p>
	Jordi Julià	"S'ha de donar importància a les noves eines comunicatives des de la universitat. Actualment quan el periodista arriba a la redacció s'ho troba de cop sense saber-la utilitzar i ràpidament l'ha d'aprendre com sigui. Les universitats han d'estar molt més actualitzades i tenir en compte el què passa dia a dia a les redaccions"
	Albert Muñoz	<p>"Les Facultats ja s'han adonat dels canvis però a vegades qui ensenya aquestes noves eines no les ha practicades mai o les ha estudiat com a semiòleg però no les ha utilitzat a una redacció"</p> <p>"Caldria donar-hi més importància, no té perquè incorporar-se una nova assignatura, sinó apropar allò que s'ensenya a la pràctica diària, que evidentment inclou el món 2.0"</p>
	Rosa Alba Roig	<p>"S'està fent un esforç per adaptar els plans d'estudi als canvis actuals, però el sector canvia tan de pressa i és tan variable que l'adaptació de la universitat és massa lenta per la velocitat del canvi que es viu"</p> <p>"S'hauria de fer un esforç per adaptar les dues velocitats si les universitats volen aportar professionals adaptats a les exigències del mercat"</p>

Futur de les eines socials	Alfonso Congostrina	<p>“Les xarxes socials han arribat per quedar-se. No sé com seran en un futur, però potser algunes, com Periscope, acabaran substituint a Twitter”</p> <p>“Apareixeran noves eines o les actuals s’actualitzaran molt, i nosaltres ens haurem d’actualitzar amb elles”</p>
	Laura López	<p>“Vull pensar que totes aquestes aplicacions són modes i que al final la gent no pot tenir totes les aplicacions perquè sempre hi haurà alguna cosa que vindrà després, que serà millor o més pràctica. Però jo no sé si dir que són el futur. Considero que lo tradicional sempre funciona, ja que les persones arriben a casa i posen l’informatiu a la televisió”</p>
	Jordi Julià	<p>“Al final hi haurà noves xarxes i aplicacions, moltíssimes. Potser d’aquí 10 anys Twitter ens semblarà una cosa molt antiga o s’haurà actualitzat de tal manera que no la reconeixem. Jo crec que les xarxes evolucionaran i nosaltres hem d’estar amb elles i aprendre a utilitzar-les per treure el millor resultat per a l’ofici”</p>
	Albert Muñoz	<p>“Hi ha gent que diu que el Twitter està mort i que el Facebook que s’acabarà perquè en el món de la tecnologia tot va tan ràpid que estem acostumats a que tot el que neix mori. Però jo no tinc tant clar això. Crec que hem viscut una revolució, que és l’aparició d’Internet, l’arribada dels mitjans... però no crec que estiguem tota la vida en revolució constant”</p>
	Rosa Alba Roig	<p>“Facebook pot acabar engolint bona part de la producció de la informació diària que estan fent els mitjans dins de les pròpies socials”</p> <p>“Veurem com les webs s’aprimen per engreixar segurament les presències en les xarxes socials, perquè allà tenen més difusió”</p> <p>“Les aplicacions mòbils canviaran i segurament els mòbils seran l’eina bàsica d’accés a la informació”</p>

7.2. Transcripcions de les entrevistes

7.2.1. Alfonso Congostrina



- Redactor de la secció de Successos d'El País
- Twitter: @alfcongostrina
- Frase destacada: "Twitter és essencial per a qualsevol professional de la comunicació perquè les rutines dels mitjans de comunicació actualment ja van vinculades a les xarxes socials i la immediatesa"

Quins canvis creu que ha aportat la digitalització a l'exercici del periodisme?

Amb Internet les exclusives han desaparegut perquè tot és immediat. Com que tot és tan immediat, ara se sap tot al moment. Les xarxes socials han estat molt útils per alguns periodistes per a poder comunicar el que no els deixa publicar la seva empresa periodística.

D'altra banda, abans hi havia una sèrie de requisits per donar informació, però avui dia ja s'emeten imatges borroses a partir de Periscope, per exemple, tenint en compte només el criteri de noticiabilitat i no el de qualitat.

No obstant això, gràcies a les eines socials els periodistes podem accedir a més informacions i al mateix temps ens és més fàcil contactar amb les fonts.

Quins beneficis creu que han aportat les noves tecnologies al Periodisme? I inconvenients?

Un dels inconvenients podria ser que les noves tecnologies són eines tant noves que ningú ha donat les directrius per fer-ne un bon ús i això fa que cadascú tingui els seus criteris. Jo tinc les meves directrius per fer ús de Twitter i algú altre en tindrà unes altres. D'altra banda, Internet no és tan democràtic com pensem, ja que s'ha de tenir en compte que a partir de les xarxes socials només ens dirigim a un públic que té uns mínims, que serien el mòbil i la connexió a Internet.

Ara bé, un dels avantatges és que gràcies a les noves eines socials la gent

llegeix més que abans i està més informada. Encara que aquestes segurament no ofereixin un Periodisme de qualitat, mai hem estat més informats que ara i a més a més, podem interactuar amb els públics.

Com ha canviat la seva manera de treballar per tal d'adaptar-se a les noves rutines periodístiques, propiciades per l'arribada d'Internet?

La cosa ha canviat molt fins al punt que podria dir que fa tres anys, quan encara treballava al diari La Manyana de Lleida, feia periodisme antic. Ara, aquí a El País, faig periodisme nou. Ara hem de fer tuïts mentre estem de rodatge o cobrint un fet noticiós, i això a vegades és molt difícil. És complicat anar ràpid i a vegades el mòbil pot bloquejar-se o, fins i tot, perdre la cobertura. Una altra de les dificultats en fer els tuïts és que a vegades no em surt l'etiqueta relacionada amb el tema i em porta més temps buscar-la.

Em considero bastant ràpid i això m'ha anat bé a l'hora de portar a terme moltes tasques. Però hi ha periodistes que no estan acostumats a treballar ràpid i realment ho poden passar malament quan des de l'empresa es posa pressió.

Quines habilitats i aptituds creu que ha hagut d'adquirir amb aquest canvi de panorama? S'ha hagut de renovar en alguns coneixements? (fer cursos, aprendre mitjançant manuals/líibres...)

Vaig fer un curs de Twitter al Col·legi de Periodistes. Vaig fer bastants cursos quan em vaig quedar un temps a l'atur, però no em van acabar de servir del tot. Al final, tot ho aprens a partir del què et diu la gent, o bàsicament practicant, veient com ho fan alguns companys que tenen molts seguidors o tendència.

Considera que als plans d'estudi de les universitats s'hauria de donar més importància a les noves eines comunicatives i a aquestes habilitats?

La universitat ha de ser sempre experimental. Però és difícil trobar un professor que pugui explicar l'ús d'aquestes eines, ja que actualment els alumnes que han nascut amb Internet ja saben més coses sobre aquestes aplicacions que els professors. Considero que s'haurien de potenciar un altre tipus de classes més pràctiques i no pas magistrals.

Alguns autors apunten que les retallades en estructures informatives causades per la crisi econòmica han provocat la devaluació de la riquesa i la pèrdua de rigor en alguns continguts, fet que ha desembocat en el deteriorament de la credibilitat periodística. Què en pensa?

La immediatesa s'ha convertit en un criteri més de noticiabilitat. La

immediatesa és un avantatge però moltes vegades no es contrasten els continguts. Les presses fan que sigui una lluita entre mitjans per veure qui treu primer la informació.

Creu que les eines socials que han aparegut permeten fer Periodisme de qualitat?

La immediatesa fa que la qualitat sigui relativa. Segur que no és un periodisme de qualitat però quan hem estat més informats que ara? A sobre podem interactuar amb l'audiència.

Amb la digitalització es comença a dir que el periodista ha perdut el monopoli de la paraula, ja que Internet ha permès la universalitat i la multi plataforma i molts usuaris, no només periodistes, poden elaborar continguts. Què suposa aquest fet per a l'ofici? Com creu que el periodista pot diferenciar-se davant d'aquest fenomen?

La fi del periodisme va ser a l'octubre del 2011 perquè ETA va dir que deixava les armes i el mateix dia un ciutadà va gravar un vídeo de la detenció de Gadafi i això va fer que tots els diaris del món obrissin amb això i no amb lo d'ETA. Arribats a aquest punt, qualsevol pot ser periodista. Un periodista pot donar uns criteris però la gent comunica. El periodista sap quin és el criteri de noticiabilitat. És complicat. El paper està a punt d'acabar i quedarà únicament la web. La gent ja té una marca com a creïble i a partir d'aquí sobreviu. També sorgeix gent nova.

Com definiria/explicaria el paper que té el periodista a les xarxes socials?

Ha arribat el punt que la notícia pura i dura ja quasi no existeix ni té sentit. Els consumidors escullen entre periodistes perquè els agraden ideològicament o els agrada com escriuen. Aquesta és l'única manera d'aconseguir vincular la informació, encara que no sé si això acabarà sent rendible. Els periodistes de les xarxes socials són o seran els periodistes escollits pel lector i que tenen tendència.

Quines xarxes socials o aplicacions mòbils utilitza per fer Periodisme?

Twitter i Facebook.

Anem a parlar d'una aplicació en concret, Twitter. A dia d'avui, el periodista, a més de portar a terme totes les tasques convencionals de l'ofici, ha de generar tuïts informatius paral·lelament mentre realitza les altres tasques que se li encarreguen. De fet, molts autors defineixen el nou periodista amb la paraula polivalent. Què ha suposat per a vostè el fet

d'haver de tuïtejar mentre fa la resta de tasques?

Fer tuïts mentre estàs de rodatge o cobrint un fet noticiós és molt difícil. Em costa molt anar ràpid i fer tuïts però hi ha gent que en sap fer.

A vegades és molt difícil perquè el mòbil pot bloquejar-se o que no hi hagi cobertura. A vegades també tinc dificultats a l'hora de gravar vídeos. A més, has d'anar ràpid per ser el primer i tot i a vegades fas alguns errors, com posar una menció sense punt abans i que només ho vegi la persona mencionada.

Donar informació en 140 caràcters és una tasca molt difícil, més tenint en compte que afegint una etiqueta/foto/vídeo/etc. el nombre de caràcters disponibles baixa notòriament. Quins criteris utilitza a l'hora de fer un tuït? A què dóna prioritat i per què?

Partint de la base que tinc 140, quan he de donar més informacions vaig fent tuïts seguits per tal de recollir lo important. Jo no concebo un tuït sense que hi hagi una etiqueta o una menció a un col·lectiu o entrevistat. Tampoc faig tuïts sense foto o vídeo. Crec que amb un element audiovisual la gent el visualitza més. Lo de l'etiqueta i la menció vaig considerar que si no ho inseria no era interactuar amb la gent, ja que sense aquests dos elements és impossible arribar als públics. Lo del vídeo considero que és molt més important i atractiu.

Tot i així, jo normalment no interactuo amb l'audiència perquè moltes vegades fan comentaris despectius. Només interactuo amb persones que em corregeixen algun error, com un representant d'una entitat o polític.

Quan va començar a utilitzar Twitter a la feina? Creu que hi ha hagut una evolució des del moment que va començar a ara?

Em vaig obrir el compte de Twitter al 2011 o 2012 per seguir a personatges populars. No li feia massa cas a l'eina perquè en un primer moment no l'entenia. Realment s'entén molt poc. Com a eina periodística, l'utilitzo fa un any. A la meva feina anterior, al diari La Manyana de Lleida, no en feia ús. A mesura que l'he anat utilitzant he anat aprenent més. De fet, recentment he estat bastant obsessionat amb els seguidors i les etiquetes.

Per què va decidir incorporar els tuïts a les seves rutines? Va començar a fer-ho vostè mateix o des de l'empresa periodística se li va començar a requerir?

El vaig començar a utilitzar perquè l'empresa m'ho va requerir. Els mitjans tenen molt en compte el tema de les xarxes socials, ja que són una manera de rebre visites. Se'm va requerir per primera vegada per cobrir una manifestació a

l'Hospitalet de Llobregat l'any passat, però l'ús extensiu va ser a partir de l'última diada, on ens van obligar a tots a fer molts tuïts per tal d'oferir una mena de directe.

En el meu cas, el mitjà s'ha apropiat de la meva xarxa social. El Facebook l'utilitzo privadament i el Twitter l'utilitzo per donar el directe de les notícies, de manera que és com propietat del mitjà. D'aquesta manera intento que el mitjà tingui visites.

Quan no està treballant però veu un fet noticiós, fa un tuït? És a dir, ha incorporat Twitter només a la feina o ja l'utilitza en qualsevol moment?

Només a la feina. Molt difícilment faig ús de Twitter quan no estic treballant.

En moltes ocasions el professional, en piular un tuït, ja comença a incorporar etiquetes generades per a l'audiència dotant-les de contingut informatiu. Un exemple va ser el de l'etiqueta #pudordemerda el passat novembre. Creu que el periodista ha d'incorporar tècniques i continguts de l'audiència a l'hora de donar a conèixer un fet informatiu? Per què?

Considero que és una manera d'aconseguir més seguidors. És utilitzar l'etiqueta que ha generat el públic per tenir la màxima repercussió possible. Si és una etiqueta que ha estat generada per l'audiència i a més, és la que està funcionant millor, està molt bé utilitzar-la per donar informació.

Creu que Twitter és una eina essencial per a qualsevol professional de la informació? Per què?

Twitter serveix per veure què està passant en el moment. Però és difícil veure què és el més important i el menys important a Twitter. És una manera de tenir informat a l'empresa, a més de l'audiència.

Des del meu punt de vista, és essencial per a qualsevol professional de la comunicació perquè les rutines dels mitjans de comunicació actualment ja van vinculades a les xarxes socials i la immediatesa.

Què li diria a un periodista que no està disposat a canviar la seva manera de treballar i fer ús de Twitter per donar informació?

Li diria que té feina. Si vol treballar a un lloc, probablement se li requerirà en un futur. Hi ha molts periodistes al carrer i si algú no es vol adaptar als canvis de l'ofici molt difícilment podrà viure d'ell.

Per últim, quin futur creu que tenen les xarxes socials en l'ofici del Periodisme?

Les xarxes socials estan aquí per quedar-se. No sé com seran en un futur però potser Periscope acabarà substituint a Twitter. També està clar que apareixeran noves eines o les actuals s'actualitzaran molt i nosaltres ens haurem d'actualitzar amb elles.

7.2.2. Albert Muñoz



- Periodista digital del portal web BTV Notícies i membre del Comitè d'Empresa de Barcelona Televisió
- Twitter: @mupertBCN
- Frase destacada: "Twitter és una conversa on els periodistes hi aportem contingut i crec que està bé treure informació d'allà i fer ús de l'etiqueta que té més popularitat"

Quins canvis creu que ha aportat la digitalització a l'exercici del periodisme?

L'arribada d'Internet ha trastocat el panorama periodístic de dalt a baix. Avui dia, més de la meitat de les fonts a les que recorrem estan a Internet, siguin xarxes socials, correus electrònics que ens arriben, webs o blogs que consultem. Això ens facilita molt la feina als periodistes i això puja una mica el llistó. Abans fer una recerca històrica requeria hores i dies de feina i ara, tot i el ritme accelerat que portem a les redaccions, que és una altra conseqüència de la tecnologia, és inexcusable que tu no hakis fet un Google per comprovar una dada, per veure si com a mínim s'ha dit alguna cosa als mitjans o qualsevol altre suport digital. Per tant, tot és molt més fàcil de trobar.

D'altra banda, tot és molt més fàcil de difondre. Tant a través dels mateixos mitjans com l'aparició d'una sèrie de nous actors que abans eren les nostres fonts i ara també estan directament a Internet. Per tant, l'esport de copiar notes de premsa perd tot el sentit perquè la pròpia nota de premsa ja està a Internet i després hi ha actors també amb coses interessants a dir: bloggers, entitats, col·lectius, activistes... que molt fàcilment, amb una mica de feina, poden elaborar un discurs i el poden llançar a les masses al marge del què facin els mitjans.

Per tant, el primer efecte de la digitalització ha estat la immediatesa, intentar competir en aquest món on hi ha més actors i és més difícil però que a la llarga els mitjans els que hem de fer és oferir més valor afegit, abandonant una mica la batalla de ser el primer que llança el tuït. Hem de utilitzar aquests recursos per aportar intel·ligència i per treure exclusives, però contrastades. D'altra banda, Internet també ens obliga a fer un discurs de comunitat com a mitjans.

Quins beneficis creu que han aportat les noves tecnologies al Periodisme? I inconvenients?

Més beneficis que inconvenients. Les noves tecnologies ens han vingut a facilitar la feina: és més fàcil aconseguir informació i difondre-la. Més que inconvenients considero que hi ha elements a tenir en compte. Aclarir per exemple a nivell de xarxes socials què és noticiós i què no, què és públic i què no. El Facebook és més privat i Twitter més públic però hi ha gent que fa ús més privat de Twitter. És feina nostra decidir què té rellevància i què no. Això no és un inconvenient, sinó una nova tasca, unes noves habilitats que s'han d'adquirir: cercar a les xarxes socials, dades que estan penjades a webs, portals i blogs. Abans era necessari saber buscar informació però les eines eren unes altres.

Pel que fa a la difusió, tot és molt fàcilment i ràpidament copiable i això ha perjudicat els drets d'autor. L'antic dret de cita ara guanya tot el sentit i s'ha de delimitar bé què és citar i què és copiar: s'han de reescriure les normes tenint en compte que han de ser normes la dinàmica habitual de les quals faci que es compleixin. Hi ha coses que ja s'estan fent, com per exemple, utilitzar la imatge d'un altre lloc del món del què ha succeït allà citant el mitjà que l'ha publicada. S'han d'acabar d'establir les normes de funcionament i el risc de la còpia en accés és que ens carreguem el model de negoci dels mitjans de comunicació privats.

Com creu que ha canviat la manera de treballar dels periodistes per tal d'adaptar-se a les noves rutines periodístiques?

Hi ha diverses tendències. D'una banda, l'acceleració, tot s'ha accelerat perquè els diaris vivien a un ritme d'una publicació al dia i les televisions de dues o tres. Ara, en canvi, vivim en una publicació constant i hem de competir constantment. A més a més, abans hi havia els diaris, les televisions i les ràdios i ara tots competim amb tots. La immediatesa, evidentment, té un valor i això ha condicionat les rutines de treball dels periodistes. És necessari tenir criteri per saber què és important treure al moment, perquè ho traurà tothom, i què pot esperar.

D'altra banda, els periodistes tendeixen a ser multimèdia. Tot això està passant però crec que encara no ha acabat de passar perquè continuem veient els perfils dels periodistes de ràdio, de televisió, d'Internet... però tothom toca més d'una tecla. No sé si és bo o dolent, però és inevitable. Considero, però, que està bé adquirir habilitats i mai ens hem de tancar a aprendre nous suports. Però jo defenso el fet que puguem fer de tot no vol dir que puguem fer de tot alhora i que al final fer una crònica de ràdio o un text a Internet o un tuït

requereix uns coneixements que se'ns han de donar o hem d'adquirir i un temps. El que no pot ser és que un periodista en el temps en què abans feia una peça de televisió que ara pugui fer una peça de televisió, una connexió en directe, tres tuïts, unes fotos... si adquirim tots els coneixements podrem fer-ho tot però trigarem més. Potser a nivell de cost a empresa serà òptim que ho faci tot, serà millor però no podran fer les tres coses alhora i per tant hauran de prioritzar què va abans si el tuït, la peça o la connexió i si ho volen tot ràpid s'hauran d'enviar les tres persones.

Quines habilitats i aptituds creu que ha hagut d'adquirir el professional amb aquest canvi de panorama?

Dominar diversos llenguatges. Però per mi, les més importants són les que serveixen per tots els periodistes independentment del mitjà on treballin: capacitat de buscar informació, contrastar la informació, tenir bones fonts, saber trobar tot el que hi ha a Internet ràpid i poder accedir a més, allò que no està a Internet, així com també contactes personals i experiència. Els nous mitjans que estan naixent agafen periodistes que potser no tenen cap mena d'habilitat multimèdia però que se'n van del gran mitjà on treballen i arrossegueu una quantitat enorme de fonts i això posat en una feina diària i publicar notícies acaba sent rendible econòmicament. Considero que les habilitats més importants continuen sent les de tota la vida. No obstant això, sobretot a tothom qui comença, jo els recomanaria que sumessin suports, ja que com més habilitats se sumin millor.

Considera que als plans d'estudi de les universitats s'hauria de donar més importància a les noves eines comunicatives i a aquestes habilitats?

Sí. Les Facultats ja s'han adonat dels canvis però a vegades qui ensenya aquestes noves eines no les ha practicades mai o les ha estudiat com a semiòleg però no les ha utilitzat a una redacció. Igual que demanaven fa molts anys que qui faci de professor de Periodisme en una Facultat hagi estat redactor en un diari ara s'hauria de demanar que qui ensenya xarxes socials a la universitat hagi fet tuïts d'un gran mitjà. Això no sempre passa pel tipus de gent i de professorat que hi ha a les facultats però s'estan posant les piles. Caldria donar-hi més importància, no té perquè incorporar-se una nova assignatura, sinó apropar allò que s'ensenya a la pràctica diària, que evidentment inclou el món 2.0.

A dia d'avui el periodista, a més de portar a terme totes les tasques convencionals de l'ofici, ha de generar tuïts informatius paral·lelament mentre realitza les altres tasques que se li encarreguen. De fet, molts autors ja parlen del concepte “periodista polivalent”. Creu que aquest fet ha suposat la devaluació de la riquesa i la pèrdua de rigor en alguns continguts?

Considero que no. Són coses que estan passant alhora: els periodistes es tornen multimèdia i es perd rigor en moltes informacions. Però no tinc tant clar que una cosa sigui conseqüència de l'altre. En tot cas, si pretenem fer el triple de feina amb el mateix temps comportarà una pèrdua de qualitat i en el rigor però si li dediquem el temps que toca i cada periodista adquireix totes les habilitats que necessita per fer els productes que se li encarreguen, el rigor no s'hauria de veure ressentit. Jo sempre he radicat sobre les redaccions integrades però això no vol dir estalvi. Es barregen molts periodistes diferents amb diferents temàtiques a compartir però això no vol dir que se'n necessitin menys.

Creu que les eines socials que han aparegut permeten fer Periodisme de qualitat?

Sí, i també de proximitat. T'aproximen al lector i a les fonts alhora. El lector pot esdevenir font i la font és que et llegeixi i la qualitat hi pot ser. Darrere del tuït hi pot haver un enllaç a un magnífic reportatge molt treballat amb tots els suports. Twitter permet fer un Periodisme de qualitat, una altra cosa és que decidim fer-lo i que tinguem recursos i capacitat per fer-ho, però Twitter ens permet guanyar amb immediatesa, proximitat i també qualitat.

Amb la digitalització es comença a dir que el periodista ha perdut el monopoli de la paraula, ja que Internet ha permès la universalitat i la multiplataforma i molts usuaris, no només periodistes, poden elaborar continguts. Què suposa aquest fet per a l'ofici? Com creu que el periodista pot diferenciar-se davant d'aquest fenomen?

Fent Periodisme. A mi em sembla molt bé que faci Periodisme tothom qui vulgui i amb les condicions que vulgui. Si fem bon Periodisme la gent ho interpreta i ho diferencia. La digitalització va comportar que les eines estiguessin a l'abast de tothom però hi ha molts blogs i la gent continua anant als grans mitjans. Tot i això, no ens podem permetre fer-ho malament i la gent espera que donem continguts d'una certa qualitat, verificats i contrastats. Qui no té 8h pagades per fer això, no té l'obligació de fer-ho i tot i així hi ha gent que ho fa.

Com definiria/explicaria el paper que té el periodista a les xarxes socials?

Hi ha un dilema sobre si a nivell personal un periodista ha de tenir presència pròpia, independent i lliure a Internet o has d'estar vinculat al teu mitjà. Com a usuari, el que interessa a les xarxes és la sinceritat i que si hi ha el titular d'un mitjà tu saps qui és i el mateix passa amb els perfils dels periodistes. Crec que els mitjans fan intents de dir que els periodistes tinguin marca pròpia i venguin els nostres continguts de mitjà amb la seva marca.

Crec que si el periodista està especialitzat i la gent el coneix evidentment ajuda moltíssim que doni la cara en pantalla. El periodista assoleix marca, aquella marca té interès i per tant l'ha de gestionar. Ara bé, fins a quin punt el professional és l'amo de la seva marca a les xarxes socials? Jo crec que és una propietat compartida. És a dir, jo sempre he defensat que el meu Twitter és meu però és veritat que jo a la biografia poso que treballo a BTV. Evidentment si jo amenaço algú o poso un comentari greu al meu Twitter, això perjudicarà el meu mitjà.

Passem a parlar d'una aplicació en concret, Twitter. Des de l'empresa o la direcció a vegades s'exigeix al periodista de la plantilla que faci tuïts mentre cobreix esdeveniments. Per què creu que es fa? Hi està d'acord?

Sí. Considero que està bé que es faci i a més a més, aquest fet va molt vinculat a la immediatesa. A més a més, de cara al lector, que és amb qui hem de pensar, és més clar si el compte del periodista va explicant des de la seva sessió l'esdeveniment i des de la redacció, amb el compte del mitjà, es complementa la informació. Crec que el resultat és bo. Ara bé, demanar als periodistes que facin tuïts mentre cobreixen la informació n'hi ha molts que consideren que no es pot estar per tot alhora.

Ara bé, els primers periodistes que van començar a tuïtejar des dels llocs els ho van començar a fer perquè tenien la necessitat de veure un fet noticiós. Això va comportar problemes a molts d'ells perquè l'empresa els deia que no podien explicar la notícia abans que fos emesa o publicada. En canvi ara, el que està passant, és el contrari. És demana a la plantilla que tuïtegi al moment i això demostra que els mitjans han incorporat la dinàmica de Twitter a les rutines. I crec que la dinàmica de les cobertures ho ha de permetre. La gran virtut de Twitter és que els 140 caràcters de Twitter permeten un titular i qualsevol periodista quan cobreix un tema els busca d'alguna manera. Està bé que tots els titulars que hagi anat veient s'hagin anat publicant al seu compte de Twitter i s'hagin pogut explotar des del compte del mitjà o construint des de la redacció una notícia de tot allò que ha anat publicant.

Donar informació en 140 caràcters és una tasca molt difícil, més tenint en compte que afegint una etiqueta/foto/vídeo/etc. el nombre de caràcters disponibles baixa notòriament. Quins criteris creu que hauria d'utilitzar el periodista a l'hora de fer un tuït? A què hauria de donar prioritat i per què?

És artesanía pura. Igual que l'art de fer titulars de tota la vida. Intento no marcar prioritats. No hi ha receptes tancades ni fórmules màgiques. Hi ha tuïts que sense foto que estan molt bé i d'altres que són bàsicament una foto amb un peu de foto.

L'enllaç considero que hi ha de ser sempre per poder donar més context a la informació. La qüestió és trobar sentit per a cada notícia de cada una d'aquestes utilitats.

Quins són els principals errors que vostè detecta dels periodistes en l'ús de Twitter?

Estic totalment en contra de les etiquetes de marca. Considero que Twitter és una eina de conversa i posar, per exemple, #sagrestBTV, no té cap mena de sentit. Està bé per promoure programes però no per les notícies. Per mi les notícies estan per sobre dels noms dels programes.

Per mi el millor seria compartir totes les etiquetes entre tots els mitjans ja que si cada un en parla per la seva pròpia etiqueta de marca, es dificulta la feina als lectors. És molt més interessant que emani directament del Parlament, per exemple, i que els mitjans s'hi sumin en explicar la seva. El lector l'interessa la notícia, no el mitjà.

D'altra banda, detecto que a vegades els textos no estan tan acurats, ja que els tuïts no passen pel lingüista i hi ha moltes faltes d'ortografia. A vegades poden sortir tuïts una mica estranys.

Finalment, també hi ha trolls i alguns d'elles també són periodistes que es dediquen a debatre i posar l'ull al del costat sense aportar res al debat.

En moltes ocasions el professional, en piular un tuït, ja comença a incorporar etiquetes generades per a l'audiència dotant-les de contingut informatiu. Un exemple va ser el de l'etiqueta #pudordemerda el passat novembre. Creu que el periodista ha d'incorporar tècniques i continguts de l'audiència a l'hora de donar a conèixer un fet informatiu?

Sí. Això té tot el sentit. Si la gent parla d'una pudor de merda i fas una notícia basada sobretot en el què la gent ha dit, perquè aquest hashtag et permetia això, lo lògic és que posis l'etiqueta d'on has tret la informació. Per mi Twitter

és una conversa on els periodistes hi aportem contingut i crec que està bé treure informació d'allà i fer ús de l'etiqueta que té més popularitat.

Creu que Twitter és una eina essencial per a qualsevol professional de la informació? Per què?

Sí. Però hem de ser conscients que Twitter és una mica gremial i hi ha més xarxes socials. Facebook obté moltes més visites que Twitter. Però el Facebook ens va pitjor als periodistes perquè és més personal. Però el Twitter és fonamental no només per difondre notícies, sinó també per trobar-ne.

Quines xarxes socials o aplicacions mòbils creu que hauria d'utilitzar el periodista en les seves rutines?

Twitter i Facebook sempre. Les altres, moltes encara estan en un procés experimental. Instagram està creixent moltíssim i d'alguna manera s'acabarà imposant però de moment no se sap molt bé com utilitzar-la perquè la base és la imatge i el retorn només són els "me gusta". Per tant, és una conversa molt senzilla i tampoc hi ha els enllaços. Després hi ha l'Snapchat, que l'estem aprenent tots i encara no se sap cap a on tirarà perquè és com una cultura nova que ha generat un llenguatge diferent. Encara ningú sap ben bé què espera la gent d'això.

De Periscope, que és una eina interessant i experimental, també ha desenvolupat un llenguatge propi. Crec que té futur però Facebook i Youtube ofereixen el mateix servei amb poques variacions i no sé quina s'acabarà imposant. D'alguna manera, Periscope penja de Twitter ja que la gent el troba allà i per tant, té les limitacions que té Twitter a nivell d'usuaris. L'eina, però, és molt interessant però no sé si crearà comunitat.

Quin creu que serà el futur de les xarxes socials?

Hi ha gent que diu que el Twitter està mort i que el Facebook que s'acabarà perquè en el món de la tecnologia tot va tan ràpid que estem acostumats a que tot el que neix mori. Però jo no tinc tant clar això. Crec que hem viscut una revolució, que és l'aparició d'Internet, l'arribada dels mitjans... però no crec que estiguem tota la vida en revolució constant. Apareixeran noves xarxes segur, però aquestes dues grans no tinc cap motiu per pensar que acabin desapareixent perquè s'estan transformant diàriament.

Per últim, què li diria a un periodista que no està disposat a canviar la seva manera de treballar i fer ús de Twitter per donar informació?

Que se l'està jugant. El més important del Periodisme són coses que són igual que fa 40 anys però si resulta que no tens Twitter, no saps com funciona el

Facebook i només estàs disposat a escriure una notícia al dia per publicar-la al paper demà... hi ha periodistes que ho fan perquè són molt bons i els mitjans no els fan fora. Però si no ets així, va a la teva contra en ocupabilitat com a periodista i aquest tema està bastant fotut. Però és que a més no sé perquè ens hi hem d'oposar i de fet, al final, tots els que s'hi oposen és un fet de mandra especial per l'edat o perquè no volen posar-s'hi. Els que no hi creuen, però, no ho rebaten, només en passen.

7.2.3. Jordi Julià



- Redactor de la secció de Cultura de 8 al Dia (8 TV)
- Twitter: @enjordiulia
- Frase destacada: “Les eines socials evolucionaran i nosaltres hem de saber com funcionen i com s'utilitzen per treure millor resultat per a l'ofici del periodista”

Quins canvis creu que ha aportat la digitalització a l'exercici del periodisme?

Brutals, canvis brutals i totals. Abans el periodisme era una cosa molt artesanal, ja que el periodista estava tot el dia preparant la seva peça, la seva notícia i estava tot el dia cuidant cadascun dels detalls, cadascuna de les comes, dels adjectius... I ara amb la digitalització s'han aconseguit coses bones i coses no tant bones.

Quins beneficis creu que han aportat les noves tecnologies al Periodisme? I inconvenients?

Entre les coses bones hi ha que la digitalització arriba immediatament, a qualsevol instant i a qualsevol lloc. Passa alguna cosa i ja està tot publicat amb tots els detalls i les curiositats. Coses dolentes, que potser hi ha menys temps per elaborar aquesta notícia i menys temps per cuidar-la. Això fa que moltes vegades es perdi qualitat amb tanta digitalització. Perquè al cap i a la fi digitalització és que tot corri, que vagi molt ràpid.

Com ha canviat la seva manera de treballar per tal d'adaptar-se a les noves rutines periodístiques, propiciades per l'arribada d'Internet?

A tothom li afecta de manera diferent. En el meu cas, a nivell pràctic, no és el mateix anar a fer una notícia, fas l'entrevista, tornes a la redacció i fer la peça. Des de fa uns anys, però, el periodista va a cobrir la notícia, ho publica a Twitter el que està passant en aquella roda de premsa o esdeveniment. Després a Instagram també hi ha la possibilitat de pujar la foto, fer un Periscope quan es pot... la revolució del Periscope és brutal però requereix més temps i també a Facebook a vegades també publiquem coses. És a dir, quan se surt de rodatge, s'han de fer moltes coses... Fins i tot alguna vegada he fet alguna versió per la web. No és anar a cobrir una notícia, avui dia el periodista ha d'estar molt preparat per controlar aquestes xarxes socials i per a

poder utilitzar-les bé, perquè actualment els usuaris són així. Els usuaris s'han actualitzat i volen saber al moment què passa i comentar, opinar, preguntar... És bo perquè això fa que la gent s'integri molt amb el Periodisme i el conegui bé, així com també a les fonts. Però tot això dona molta més feina al periodista.

Quines habilitats i aptituds creu que ha hagut d'adquirir amb aquest canvi de panorama? S'ha hagut de renovar en alguns coneixements?

Aprendre a utilitzar-les. He après al dia a dia. Instagram jo ja el tenia i l'he començat a aprofitar per fer Periodisme. El Periscope és el que em va costar més. És una eina molt recent i ningú el sap utilitzar massa. A més a més, des del mateix Periscope la gent et pregunta coses en directe i tu estàs fent una narració i mentrestant la gent et pregunta coses i això és molt complicat. Has d'estar pendent del què estàs explicant i a les preguntes que els usuaris et fan. El Periscope és el més difícil, però Twitter és el primer que miro al despertar-me. El Periscope no és el futur perquè ja està aquí.

Considera que als plans d'estudi de les universitats s'hauria de donar més importància a les noves eines comunicatives i a aquestes habilitats?

Totalment, i crec que no es dona prou. Crec que habitualment quan el periodista arriba a la redacció s'ho troba de cop i clar, quan et donen una cosa que no saps utilitzar, l'has d'aprendre ràpidament i com sigui. Crec que les universitats haurien d'estar molt més actualitzades. És a dir, haurien d'estar molt pendents del què es fa avui en dia a les redaccions. Això ho trobo a faltar una mica. És una crítica constructiva, però les universitats haurien d'estar pendents del què passa al dia a dia a les redaccions, que estan molt pendents de les xarxes socials.

Alguns autors apunten que les retallades en estructures informatives causades per la crisi econòmica han provocat la devaluació de la riquesa i la pèrdua de rigor en alguns continguts, fet que ha desembocat en el deteriorament de la credibilitat periodística. Què en pensa?

Una mica sí. Però depèn. Es pot fer periodisme instantani, que li dic jo a vegades, es pot fer i es fa. De fet les agències ho fan. Però no és un text meravellós que passi a la història. Simplement és una notícia explicada ràpida per consumir. Jo crec que l'excel·lència s'ha de demanar sempre i la qualitat també perquè el lector la vol. Vol estar informat amb qualitat, rigor i jo crec que a vegades les presses fan que no hi hagi rigor. A vegades per presses s'ha perdut una mica de rigor i és una llàstima perquè la notícia podia haver sortit una estona després més ben explicada i més ben contrastada. Sobretot cal contrastar les coses. A vegades la premsa i la competitivitat fan que el fet vulgui

sortir ja. Però s'han de contrastar totes les fonts i les opinions i això s'està perdent una mica.

Creu que les eines socials que han aparegut permeten fer Periodisme de qualitat?

Depèn. El Periscope explica el què està passant en aquell moment i és la possibilitat d'interactuar amb la persona que està allà i parlar. Jo crec que el Periscope és important perquè és una eina social molt actualitzada. Però no sé si té un rigor científic enorme. Jo suposo que és un periodisme de proximitat, més que de qualitat. Un periodisme que fa a l'espectador partícip de la notícia.

Amb la digitalització es comença a dir que el periodista ha perdut el monopoli de la paraula, ja que Internet ha permès la universalitat i la multi plataforma i molts usuaris, no només periodistes, poden elaborar continguts. Què suposa aquest fet per a l'ofici? Com creu que el periodista pot diferenciar-se davant d'aquest fenomen?

Amb contrastar la informació. Hi ha molta gent que als periodistes els vol vendre la moto. Ens arriben notícies que no són veritat i s'han de contrastar. La feina del periodista està en mirat totes les fonts, contrastar-les i extreure el que és realment interessant per l'espectador, lector o oient. Aquí hi ha la feina. Jo crec que és important que hi hagi un periodista, i una de les assignatures obligatòries de la carrera és la d'ètica periodística. Llavors clar, els periodistes tenim una ètica que hem de respectar i sabem exactament on està la línia vermella que no hem de creuar mai de la vida. Això potser el ciutadà no ho sap. És molt important l'ètica en el món del periodisme.

Com definiria/explicaria el paper que té el periodista a les xarxes socials?

El periodista digital ha de ser molt pendent de totes les actualitzacions i les novetats. A banda dels especialistes digitals hi ha els periodistes de carrer, que la seva feina cada vegada va més destinada al digital.

És molt important el periodista digital, que avui dia és minoritari. Però el periodista digital és igual periodista que tots. Però és que avui dia un periodista de carrer ja és un periodista digital. Llavors tot ens hem hagut de transformar i la millor manera és veure-ho com una cosa positiva per a la feina, perquè arribarà a més gent, la teva notícia ajudarà a persones perquè tu dius una dada que serà interessant per algú, o informaràs de fets... el periodisme digital i les xarxes socials són unes grans aliades del periodista.

Quines xarxes socials o aplicacions mòbils utilitza per fer Periodisme?

Instagram, Twitter, Periscope, Facebook.

Què en pensa de l'aplicació Periscope? Creu que a la llarga serà el nou Twitter?

Jo crec que al final hi haurà noves xarxes i aplicacions, moltíssimes. Nosaltres ara potser estem parlant d'això i d'aquí 10 anys Twitter ens semblarà una cosa molt antiga o s'haurà actualitzat de tal manera que no la reconeixerem com abans. Facebook ha canviat moltes coses. No sé, s'hauran d'actualitzar. No sé en un futur com seran les xarxes però jo crec que evolucionaran i nosaltres hem d'estar amb elles i hem d'estar al costat aprenent d'aquestes xarxes i saber com funcionen i com s'utilitzen per treure millor resultat per a l'ofici del periodista.

Anem a parlar d'una aplicació en concret, Twitter. A dia d'avui, el periodista, a més de portar a terme totes les tasques convencionals de l'ofici, ha de generar tuïts informatius paral·lelament mentre realitza les altres tasques que se li encarreguen. De fet, molts autors defineixen el nou periodista amb la paraula polivalent. Què ha suposat per a vostè el fet d'haver de tuïtejar mentre fa la resta de tasques?

Depèn. A vegades em surt automàticament. A mi cada vegada més. Quan una cosa crec que és notícia, ho tuïtejo.

Donar informació en 140 caràcters és una tasca molt difícil, més tenint en compte que afegint una etiqueta/foto/vídeo/etc. el nombre de caràcters disponibles baixa notòriament. Quins criteris utilitza a l'hora de fer un tuït? A què dóna prioritat i per què?

El que faig habitualment és quan tinc el tuït, o tinc la imatge del què és la notícia, ràpidament reaccio. Un exemple ràpid és posar el què diu un personatge en una roda de premsa. Per exemple: @santivila diu que augmentarà d'una forma important el pressupost de l'@auditori. I sempre anunciant que ho veurem al programa mencionant a @8tv. Això és una mena d'esquer que llencem perquè l'espectador sàpiga de què parlarem al programa. Són aquells ganxos que anem deixant durant el dia perquè l'espectador s'interessi pel tema. Sempre tinc en compte que he de posar el lloc, l'etiqueta, el lloc que sigui...

Quan va començar a utilitzar Twitter a la feina? Creu que hi ha hagut una evolució des del moment que va començar a ara? (li és més fàcil fer els tuïts... estructurar-los...)

Fa molt, fa 2 o 3 anys o així. Me'l vaig fer per treballar. Sóc fanàtic de Twitter, m'encanta. Des de llavors, cada vegada m'és més fàcil tuïtejar i els faig més automàticament. Twitter forma part de la meua vida totalment. Abans d'entrar a la reunió de continguts de cada dia tinc molt clar que he de mirar el Twitter, els

trending tòpics que hi ha per saber si hi ha alguna notícia destacada d'aquell mateix moment que està saltant. I això és molt important. Això a les escaletes dels informatius i programes de televisió i sobretot de tots els mitjans estem molt pendents del què es comenta a Internet i en especial a Twitter. És important sobretot els trending tòpics perquè el dia següent potser seran portades de diaris.

Per què va decidir incorporar els tuïts a les seves rutines? Va començar a fer-ho vostè mateix o des de l'empresa periodística se li va començar a requerir?

Vaig començar a utilitzar-lo jo sol.

Quan no està treballant però veu un fet noticiós, fa un tuït? És a dir, ha incorporat Twitter només a la feina o ja l'utilitza en qualsevol moment?

A vegades sí, però no tant. Però sí, si veig alguna cosa que crec que és notícia, perquè no?

En moltes ocasions el professional, en piular un tuït, ja comença a incorporar etiquetes generades per a l'audiència dotant-les de contingut informatiu. Un exemple va ser el de l'etiqueta #pudordemerda el passat novembre. Creu que el periodista ha d'incorporar tècniques i continguts de l'audiència a l'hora de donar a conèixer un fet informatiu? Per què?

Suposo que amb les etiquetes tothom situa millor els comentaris de la gent. Per tant, d'alguna manera sí perquè fa que la gent vegi tot el que s'ha comentat sobre el tema. Va molt bé perquè gràcies a les etiquetes trobem els comentaris de tot el tema.

Creu que Twitter és una eina essencial per a qualsevol professional de la informació? Per què?

I tant. Crec que si no mires Twitter no t'assabentes de res. Twitter ha passat de ser una eina molt complementària, a una eina bàsica avui dia. Ho tinc claríssim.

Per últim, què li diria a un periodista que no està disposat a canviar la seva manera de treballar i fer ús de Twitter per donar informació?

Li diria que s'ha de posar al dia i posar-se les piles perquè no és que sigui el futur, és l'actualitat. És el que mou les redaccions, la societat, fent etiquetes, dient coses. És l'actualitat instantània, immediata. Twitter és que el que passa d'aquí a una hora canviarà d'aquí a dues.

7.2.4. Laura López



- Redactora ENG dels Informatius de Caps de Setmana de Barcelona Televisió
- Twitter: @lauraLsedano
- Frase destacada: “La digitalització ens ha ensenyat a treballar amb altres llenguatges i això ens ajuda a practicar altres maneres de dir les coses i procurar ser originals”

Quins canvis creu que ha aportat la digitalització a l'exercici del periodisme?

Crec que en primer lloc, a l'hora d'assabentar-te de l'actualitat. Jo, per exemple, moltes vegades enlloc de mirar a Internet els diaris miro Twitter perquè segueixo els principals diaris i agències de notícies. A partir d'això, pots estar informat.

També a l'hora de nosaltres anar a cobrir un altre, abans esperàvem a arribar a la redacció, o tornàvem de l'acte on havíem anat o de la roda de premsa i decidíem l'enfocament de la notícia. En canvi, com que tot ara és tan immediat, amb el Twitter o amb el Facebook o amb les aplicacions que tingui cada mitjà, has de ser molt més ràpid, sembla que sigui una cursa: he d'enviar el tuït abans que.. I clar, com que tothom publica tan ràpid a vegades no tens el temps d'esperar a arribar a la redacció per reflexionar-ho o pensar-ho.

Per tant, la digitalització ha fet que hi hagi més immediatesa i que hagi d'estar pendent de moltes més coses i més inputs perquè fins ara només gravàvem la notícia, posàvem el micròfon i ara també hem de pensar en fer fotos boniques pels tuïts, etc.

Quins beneficis creu que han aportat les noves tecnologies al Periodisme? I inconvenients?

Els avantatges són la rapidesa quan tu vols saber què ha passat mitjançant Twitter, ja que a Twitter sempre hi ha gent que està comentant coses. Llavors en aquest sentit, moltes vegades són més ràpids que una agència de notícies o un mitjà de comunicació perquè si hi ha un ciutadà que està al lloc on passen els fets ja ho comenta. La immediatesa per mi és un element positiu.

D'altra banda, jo també crec que per els periodistes la digitalització també ens

ha ensenyat a treballar amb altres llenguatges, ja que no fem una notícia igual per televisió, diari o ràdio. I el fet d'haver de sumar en fer un tuït i una publicació a Internet, que és un públic totalment diferent que no veuran una notícia d'un minut i mig i els passarà en un segon a la pantalla... jo crec que això ens ajuda a practicar altres maneres de dir les coses o procurar ser més originals. De vegades per exemple em trenco una mica el cap per fer un tuït perquè sigui atractiu i cridi l'atenció.

Quines habilitats i aptituds creu que ha hagut d'adquirir amb aquest canvi de panorama? S'ha hagut de renovar en alguns coneixements? (fer cursos, aprendre mitjançant manuals/llibres...)

No és que m'agradin especialment les xarxes socials, ja que no sóc molt activa. El Twitter bàsicament me'l vaig fer per feina, que va ser quan es va començar a posar més de moda i se'ns va demanar que intentéssim moure els continguts a les xarxes socials.

Considera que als plans d'estudi de les universitats s'hauria de donar més importància a les noves eines comunicatives i a aquestes habilitats?

Ara mateix no sé com s'explica a les universitats tot aquest tema. Jo vaig acabar fa 15 anys la carrera i ningú s'imaginava que poguéssim donar informació com la donem ara. El meu primer compte de correu va ser creat a la universitat, en una assignatura perquè la majoria no teníem internet a casa. Llavors, imaginar-se que amb un mòbil es podien enviar titulars d'última hora o compartir un vídeo una fotografia era impensable.

Ara si no es tracta com a assignatura i no se li dona pes jo crec que és un error perquè a la majoria de nosaltres es dona per fet que això ho sabem fer, perquè ho utilitzes en el teu temps d'oci. Però en realitat fins i tot els cracks, que els ha interessat a nivell personal, de ben segur que han fet cursos i formacions. Però estaria bé que quan un estudia la carrera, a més de fer pràctiques de ràdio, televisió i premsa hi hauria d'haver una part que ensenyés a com crear un perfil a les xarxes socials i així ens estalviariem alguns disgustos. Jo crec que estaria bé que es potenciés.

Alguns autors apunten que les retallades en estructures informatives causades per la crisi econòmica han provocat la devaluació de la riquesa i la pèrdua de rigor en alguns continguts, fet que ha desembocat en el deteriorament de la credibilitat periodística. Què en pensa?

En el meu cas jo crec que hi ha vegades que és molt difícil estar concentrat el 100% en què et surtin bé tots els mitjans pels quals estem creant continguts perquè nosaltres sovint hem de fer la notícia de televisió, la crònica de ràdio,

algun tuït o contingut per web. A vegades tens la sensació que t'estàs centrant molt en una cosa, en el meu cas, acostuma a ser la notícia per a televisió i clar llavors si penso que he de fer una crònica de ràdio, preparar-la ja són 10-15 minuts mínim i amb aquest temps ja no pots estar atent a l'acte que estàs cobrint. El mateix passa amb l'escriptura del tuït perquè també s'ha de pensar bé com donar-lo i saber què mencionar. Jo crec que per fer-ho el 100% bé és molt complicat i sí que a vegades perds un punt de qualitat de les vies que estàs utilitzant. Si hi hagués un pressupost més gran seríem més redactors i no hauries de duplicar els temes que fas... més gent fent ràdio... i seria tot més senzill. Amb la crisi jo crec que hi ha com l'excusa de polivalents... sí polivalents però treballem per tres plataformes alhora pel preu d'un.

Creu que les eines socials que han aparegut permeten fer Periodisme de qualitat?

Jo crec que és Periodisme exprés. Jo he de reconèixer que els titulars més brillants segurament no els tinc a Twitter. A les eines socials preval la immediatesa i moltes vegades allò que és immediat i molt ràpid no és sempre el millor. Jo no crec que sigui el millor Periodisme. Hi ha gent que treballa molt bé i és súper bo publicant a Twitter i compartint a xarxes socials però jo crec que en general no diria que és un Periodisme de qualitat. Intentar ser el primer a vegades pot comportar errors.

Amb la digitalització es comença a dir que el periodista ha perdut el monopoli de la paraula, ja que Internet ha permès la universalitat i la multi plataforma i molts usuaris, no només periodistes, poden elaborar continguts. Què suposa aquest fet per a l'ofici? Com creu que el periodista pot diferenciar-se davant d'aquest fenomen?

Jo crec que la gràcia d'un periodista és que en teoria hem estudiat i ens hem format per saber fer una notícia. Un periodista ha de saber que ha de contrastar la informació. Un ciutadà, en canvi, pot penjar una foto falsa. El periodista se suposa que contrastarà la informació abans de llençar-la. També s'ha de diferenciar en la manera de gravar, fer fotografies... en la qualitat de les imatges. Els periodistes han de ser més rigorosos amb el què diuen, contrastar abans de fer una publicació per voler ser el primer i sobretot tenir una qualitat d'escriptura, de gravació, de fotografia... Si no sembla que tots podem ser periodistes. Tots podem compartir informació però fer notícies és tasca nostra i s'ha de notar que cada dia en fem.

Com definiria/explicaria el paper que té el periodista a les xarxes socials?

Jo crec que el periodista ha de donar la resposta a les informacions. Ha de ser qui doni una resposta viable i contrastada. D'alguna manera, que sigui una font

fiable a les xarxes socials. Ha d'aportar aquest punt de qualitat, igual que quan a vegades es parla de "becarios no" doncs igual, quan tu estàs acostumat a treballar amb un professional se suposa que hi ha una sèrie de coses que la persona sap bé i fa bé. Si tu ets un periodista i la teva feina és informar i fer notícies, se suposa que amb aquest nou canal, que són obertes a tothom, hem d'aportar el punt diferencial de qualitat i que allò que publiquem sigui cert. Com que són obertes i tant democràtiques a vegades com a periodistes pensem que sabem de tot i resulta que a vegades no.

Quines xarxes socials o aplicacions mòbils utilitza per fer Periodisme?

Twitter.

Què en pensa de l'aplicació Periscope? Creu que a la llarga serà el nou Twitter?

Moltes vegades ens va molt bé estar amb contacte amb els estudiants de pràctiques, ja que en ser més joves ens ensenyen moltes aplicacions, una d'elles va ser el Periscope. Jo vull pensar que són modes i que al final la gent no pot tenir totes les aplicacions sempre perquè hi haurà alguna cosa que vindrà després, que serà millor o més pràctica. Aquestes aplicacions de vídeos segurament durant un temps o per unes coses determinades poden funcionar però jo no sé si dir que són el futur. Jo sóc bastant escèptica amb aquestes coses. Jo crec que moltes vegades lo tradicional funciona: les persones arriben a casa i posen l'informatiu.

Anem a parlar d'una aplicació en concret, Twitter. A dia d'avui, el periodista, a més de portar a terme totes les tasques convencionals de l'ofici, ha de generar tuïts informatius paral·lelament mentre realitza les altres tasques que se li encarreguen. De fet, molts autors defineixen el nou periodista amb la paraula polivalent. Què ha suposat per a vostè el fet d'haver de tuïtejar mentre fa la resta de tasques?

Personalment m'ho he pres molt bé perquè per mi és com un aprenentatge, una oportunitat per utilitzar diferents llenguatges i aprendre. A vegades penso a veure si em quedaré enrere perquè tot va evolucionant tan ràpid... que penso que no seré de les pioneres. Però tampoc vull quedar-me enrere. Llavors igual que amb el Periscope i altres aplicacions, jo no les he utilitzat però si s'ha de fer ho faria. Llavors clar amb el Twitter ho he encaixat amb optimisme, amb ganes d'aprendre però a vegades és complicat segons els temes que has de cobrir. Si has d'estar concentrat amb la notícia és difícil trobar el moment de tuïtejar.

Donar informació en 140 caràcters és una tasca molt difícil, més tenint en compte que afegint una etiqueta/foto/vídeo/etc. el nombre de caràcters disponibles baixa notòriament. Quins criteris utilitza a l'hora de fer un tuït? A què dóna prioritat i per què?

Jo dono prioritat sempre a l'hora de fer un tuït de posar una fotografia. Crec que li dóna més presència i atrau més. I a part crec que ja que treballo en una televisió, tinc un interès en el llenguatge audiovisual i crec que és important inserir una fotografia. En el meu cas, poso sempre una fotografia, etiquetes de l'esdeveniment i menciono als col·lectius o entrevistats. A vegades des de la televisió ens envien per mail les etiquetes que funcionen millor a la xarxa i aquesta ajuda és molt bona.

La meua prioritat doncs, és que estèticament tingui una imatge maca i etiquetar i mencionar al màxim de gent possible. Ho faig etiquetant-los a la fotografia per tal de no gastar tants caràcters del text, algunes estratègies que ens han ensenyat els experts de l'empresa.

Quan va començar a utilitzar Twitter a la feina? Creu que hi ha hagut una evolució des del moment que va començar a ara? (li és més fàcil fer els tuïts... estructurar-los...)

Depèn del tema perquè em semblava molt més fàcil abans perquè eren temes que en el connexió Barcelona, el programa on estava abans, eren temes més ludicofestius. Llavors la càrrega i responsabilitat d'aquest tuït no és la mateixa que quan vas a cobrir una roda de premsa. És diferent, llavors és difícil saber què destacar. Jo crec que a nivell formal em costa igual que abans, de lluitar perquè hi càpiguen els caràcters, etc. Però depèn molt el tema i la repercussió. Si vull ser rigorosa i donar una informació completa i el tema és complex hi ha molta més feina.

Per què va decidir incorporar els tuïts a les seves rutines? Va començar a fer-ho vostè mateix o des de l'empresa periodística se li va començar a requerir?

Me'l vaig fer fa uns quatre anys perquè hi havia un programa en directe nou a BTV que funcionava molt amb que la gent enviés tuïts i llavors pers solidaritat amb aquest programa em vaig fer el Twitter i vaig començar a tuïtejar.

Llavors a Informatius també se'ns demana que tuïtejem cada dia mentre fem el tema que se'ns encarrega, connexions en directe, mencioneu als comptes... va ser una mica autodidacta a l'inici i també amb alguns companys de la televisió, com l'Albert Muñoz, que porta tot el tema del web, ens ha ajudat molt perquè jo en aquesta nova etapa m'he adonat que abans feia un mal ús de Twitter i

desconeixia les maneres d'arribar a més gent. Llavors ell ens va ensenyar tot el tema de les etiquetes, que és clau etiquetar bé un tuït perquè arribi a la gent. Fins i tot ens vam ajudar entre tots a decidir quines fotos de perfil ens posàvem perquè clar, és una mena de representació nostra. També hi va haver gent que no ho veia bé perquè deia que era el seu Twitter professional i se'ls va demanar la creació d'un de professional exclusivament.

Quan no està treballant però veu un fet noticiós, fa un tuït? És a dir, ha incorporat Twitter només a la feina o ja l'utilitza en qualsevol moment?

Sí. I fins i tot gravar amb el mòbil. Em passa bastant al veure algun fet noticiós.

En moltes ocasions el professional, en piular un tuït, ja comença a incorporar etiquetes generades per a l'audiència dotant-les de contingut informatiu. Un exemple va ser el de l'etiqueta #pudordemerda el passat novembre. Creu que el periodista ha d'incorporar tècniques i continguts de l'audiència a l'hora de donar a conèixer un fet informatiu? Per què?

Jo crec que és una manera d'assegurar-te que troben la teva informació perquè l'etiqueta ha estat molt popular. Si poses aquesta etiqueta que s'ha utilitzat té sempre més repercussió. Jo crec que està bé si és una cosa que espontàniament ha sorgit de mencionar-ho així, funciona.

Creu que Twitter és una eina essencial per a qualsevol professional de la informació? Per què?

Sí. És essencial per trobar més informació. A més ofereix una immediatesa que és d'agrair a la nostra feina, com els últimes hores. És genial perquè trobes temes d'última hora i informacions d'última hora.

Per últim, què li diria a un periodista que no està disposat a canviar la seva manera de treballar i fer ús de Twitter per donar informació?

Li diria que faci molt bé la seva feina. És a dir, allò que sap fer bé que es dediqui a fer-ho molt bé perquè jo crec que és important avui dia assumir que les coses canvien. A mi em pot agradar més o menys però jo crec que conèixer una eina que et pot ser útil i que potser el lloc que treballis t'ho exigeixin. Jo crec que no és bo tancar-se en res. Igual que si treballes a una televisió i et demanen que aprenguis a fer cròniques de ràdio. Al final és una manera d'aprendre més i se suposa que els periodistes tenim un esperit curiós que se suposa que és per la nostra professió.

7.2.5. Rosa Alba Roig



- Directora d'Estratègia i Participació de BTV i anteriorment Responsable de Participació, Xarxes socials i Noves narratives de la CCMA
- Twitter: @raroig
- Frase destacada: "El periodista a les xarxes socials hauria de fer un pas enrere i aportar la reflexió que a vegades busca el narrador a l'instant"

Quins canvis creu que ha aportat la digitalització a l'exercici del periodisme?

Molts. En primer lloc, en velocitat de transmissió i de recollida d'informació. Tot és més accessible, tant el que publiquem com l'accés a les fonts d'informació i la difusió. Aquesta velocitat s'ha transmès també a la manera de treballar a les redaccions. La immediatesa és cada vegada més o ha anat sent cada vegada més important en detriment al treball més de reflexió i contrastació. Per tant, s'ha imposat ser el primer per davant de ser el més contrastat i això ha provocat també canvis a dins de les estructures mateixes de la redacció perquè s'exigeixen periodistes amb coneixements dels mitjans digitals per damunt de les maneres de producció tradicionals. Per tant, hi ha hagut un desplaçament de generacions no tant adaptades als mitjans digitals per anar a buscar professionals potser més joves, més polivalents i multidisciplinaris però que al seu torn a vegades no tenen tanta validesa periodística dins de l'ofici.

Com creu que ha canviat la manera de treballar dels periodistes per tal d'adaptar-se a les noves rutines periodístiques?

Ha canviat radicalment. Primer, perquè les eines són diferents tant en la producció com en la distribució i això ha fet que tot s'hagi de produir més i més ràpid perquè la velocitat és la que es mesura la influència d'un mitjà o l'audiència d'un mitjà és a partir d'això. Per tant, els mitjans digitals han primat moltíssim, almenys en els darrers temps, la velocitat de publicació i això fa canviar radicalment la manera de producció de la informació. No hi ha temps a vegades per a la reflexió, per el contrast, per les segones i terceres i segones trucades, fer les coses més reposadament... però per contra també ens dona un accés molt més fàcil i més àgil a les fonts d'informació de manera que a vegades és possible canviar les rutines en el sentit que, per exemple en el Big Data, que és un tema impossible o intransitable treballant amb gèneres analògics. La digitalització ha obert nous gèneres periodístics i la gestió de

grans volums d'informació a una gran velocitat ens ajuda a mostrar anàlisi en qüestió de dies i setmanes allà on abans feien falta anys de recerca.

Quines habilitats i aptituds creu que ha hagut d'adquirir el professional amb aquest canvi de panorama?

Internet ha fet que tu quan estàs en una web, en el fons en una web hi caben tots els mitjans: continguts audiovisuals, sonors, fotogràfics, continguts propis, informació interactiva... per tant, els perfils s'han ampliat moltíssim perquè Internet permet tots els mitjans alhora i cada vegada més, i més els mitjans petits, han anat exigint perfils multidisciplinars. És a dir, perfils d'algú que pot redactar periodísticament, algú que pot fer un vídeo o d'algú que pot generar fotografia digital de qualitat o que pot programar. Es va menys a l'especialització temàtica perquè es busca més un periodista que sàpiga de molts mitjans alhora i l'eina es converteix molt important.

Considera que als plans d'estudi de les universitats s'hauria de donar més importància a les noves eines comunicatives i a aquestes habilitats?

Jo no conec a fons tots els plans d'estudi de totes les universitats. Sé que ara estan fent un esforç en aquest sentit però el sector canvia tan de pressa i és tan variable que tinc la impressió que l'adaptació de la universitat és massa lenta per la velocitat del canvi que estem vivint. En aquest sentit, penso que s'hauria de fer un esforç d'adaptar les dues velocitats si les universitats volen realment aportar professionals adaptats a les exigències del mercat.

A dia d'avui el periodista, a més de portar a terme totes les tasques convencionals de l'ofici, ha de generar tuïts informatius paral·lelament mentre realitza les altres tasques que se li encarreguen. De fet, molts autors ja parlen del concepte "periodista polivalent". Creu que aquest fet ha suposat la devaluació de la riquesa i la pèrdua de rigor en alguns continguts?

Sí. Almenys en alguns grans mitjans i en el context actual de reduccions de plantilles ha passat aquest problema. L'ímpetu per incorporar algunes noves vies de difusió i d'aconseguir audiències i notorietat han anat en detriment una mica del rigor periodístic. No en els mitjans més grans perquè aquests han anat incorporant les noves eines sense perdre de vista que el periodisme és rigor i contrast. Jo penso que els que s'han quedat a mig camí i han abandonat la missió final del Periodisme només condicionats per incorporar aquestes noves eines i usos per aconseguir audiències en aquest cas han perjudicat greument la missió final del Periodisme i han fet pitjor Periodisme.

Creu que les eines socials, com Twitter, permeten fer Periodisme de qualitat?

Considero que Twitter és una eina boníssima per la immediatesa. Però la transmissió i el relat dels fets en la immediatesa és només una de les vessants del Periodisme. Però posar aquest ara i el que està passant en context també és feina del Periodisme. Si només et quedes en el relat de la immediatesa, estàs fent un Periodisme més pobre, sempre necessari, però més pobre perquè en el moment en què tu estàs redactant una cosa hi estàs posant llum i aquesta llum és necessària. Ara bé, a partir d'aquí, cal posar tot això en el context que fa que s'entengui allò que està passant i això no es pot fer des de Twitter. Twitter és una eina molt útil, però no la única eina del Periodisme.

Amb la digitalització es comença a dir que el periodista ha perdut el monopoli de la paraula, ja que Internet ha permès la universalitat i la multi plataforma i molts usuaris, no només periodistes, poden elaborar continguts. Com creu que el periodista pot diferenciar-se davant d'aquest fenomen?

Professionalitzant-se. Tothom pot produir un contingut, però no tothom pot fer Periodisme. Penso que ens hem de revaloritzar en aquest sentit. Hem de recuperar els valors del Periodisme. Com més fidels hi siguem els periodistes, més fàcil és que els ciutadans ens reconguin el valor d'anàlisi, el valor d'investigació, d'aportar llum allà on la societat vol aportar-hi foscor. En la mesura en què fem molt bé la nostra feina, la nostra paraula té un valor per la societat. Si no la fem, som igual que un ciutadà qualsevol.

Com definiria/explicaria el paper que té el periodista a les xarxes socials?

Crec que el periodista a les xarxes socials hauria de fer un pas enrere i aportar la reflexió que buscaria un narrador a l'instant. El periodista sempre ha d'aportar reflexió, d'anàlisi i de context, treballi a una televisió, ràdio o diari.

Quines xarxes socials o aplicacions mòbils creu que hauria d'utilitzar el periodista en les seves rutines?

Depèn molt. Twitter aporta la immediatesa i per tant és útil per saber les tendències, el què passa ara, per obtenir contactes, per la geolocalització de conflictes i tendències perquè ho permet. D'altra banda, Facebook és una molt bona eina de distribució de continguts, més que de recerca del contingut, i lògicament hi ha milions de blogs i ciutadans produint continguts constantment. És a dir, tenir els coneixements suficients per filtrar la informació al final és saber utilitzar al màxim totes les eines de cerca que hi ha a Internet. Els periodistes han de començar a aprendre les nocions mínimes de programació i

processament de dades perquè realment amb eines molt bàsiques i molt senzilles poden aportar molta llum sobre informacions que sobre un paper serien molt complexes.

Passem a parlar d'una aplicació en concret, Twitter. Des de l'empresa o la direcció a vegades s'exigeix al periodista de la plantilla que faci tuïts mentre cobreix esdeveniments. Per què creu que es fa? Hi està d'acord?

Depèn molt de l'esdeveniment i de l'enfocament del mitjà. Si es tracta d'un mitjà enfocat a la immediatesa pot tenir més sentit. Si l'esdeveniment realment té una rellevància social molt gran, allò que passa en aquell instant també crec que és necessari que el periodista en faci el relat al moment. Ara bé, fer un relat del minut a minut de qualsevol esdeveniment considero que no té valor social ni té sentit. Per tant, un ha de triar què ha de relatar al moment i què ha d'estar sobre el terreny per narrar-ho a posteriori.

Donar informació en 140 caràcters és una tasca molt difícil, més tenint en compte que afegint una etiqueta/foto/vídeo/etc. el nombre de caràcters disponibles baixa notòriament. Quins criteris creu que hauria d'utilitzar el periodista a l'hora de fer un tuït? A què hauria de donar prioritat i per què?

Un tuït té el format idoni per fer un titular i, per tant, jo considero que a part del titular s'hauria d'incorporar un enllaç a la pàgina on es desenvolupa la informació.

Quins són els principals errors que vostè detecta dels periodistes en l'ús de Twitter?

Els periodistes cometien els mateixos errors que pot cometre un ciutadà qualsevol. En primer lloc, la vanitat, ja que es busca estar present a tot arreu constantment a vegades sense incorporar cap novetat o res de valor afegit.

En moltes ocasions el professional, en piular un tuït, ja comença a incorporar etiquetes generades per a l'audiència dotant-les de contingut informatiu. Un exemple va ser el de l'etiqueta #pudordemerda el passat novembre. Creu que el periodista ha d'incorporar tècniques i continguts de l'audiència a l'hora de donar a conèixer un fet informatiu?

Sí. El que estem fent a les xarxes socials és buscar introduir-nos en una conversa en la qual pensem que podem aportar-hi un valor afegit. Per tant, si la conversa té aquell nom, és el que hem d'utilitzar per donar informació. Si tu no dones la teva informació amb l'etiqueta que més s'està utilitzant per parlar d'un tema, tu estàs parlant només pels teus propis seguidors. Llavors, limites molt la

difusió del teu missatge i, per tant, si creus en el valor del teu missatge, has d'intentar que tingui la màxima difusió i perquè la tinguis s'ha de vincular a una conversa.

Creu que Twitter és una eina essencial per a qualsevol professional de la informació? Per què?

Per qualsevol no ho sé. Per un periodista d'investigació considero que és una eina que pot o no ser útil en una investigació que estigui fent, però no en el seu dia a dia. Ara bé, és essencial pel dia a dia de persones que estan fent cobertura diària d'informació. Considero que Twitter és una eina que els mitjans no poden desaproveitar perquè allà es troba l'audiència potencial de la informació. Ara bé, actualment pot ser Twitter i demà aquest mercat se'l pot haver menjat Facebook introduint canvis en la seva manera de funcionar.

Quin creu que serà el futur de les xarxes socials?

Facebook pot acabar engolint bona part de la producció de la informació diària que estan fent els mitjans dins de les pròpies xarxes socials. En alguns casos veurem com les webs s'aprimen per engreixar segurament les presències en les xarxes socials perquè allà tenen més difusió. En la mesura en què se solucioni com això repercuteix en els mitjans, la publicació en xarxes abans fins i tot que la pròpia web del mitjà serà un fet real d'aquí res.

D'altra banda, les aplicacions mòbils canviaran depèn de com estiguin fetes i del què aportin al ciutadà. El que segurament passarà serà que l'eina bàsica d'accés a la informació serà un dispositiu mòbil. Si això passa a través d'una aplicació, web o xarxa, ja ho veurem, però que el dispositiu mòbil s'imposarà a qualsevol altra dispositiu serà el que passarà i de fet això ja està arribant.

7.3. Anàlisi qualitatiu i quantitatiu del corpus de tuïts

7.3.1. Alfonso Congostrina (@alfcongostrina)

Mes	Tuït analitzat	Text	Menció	Etiqueta	Enllaç	Imatge	Vídeo
Gener	Primera detenida redada en #Raval d @mossocat @barcelona_GUB vs tráfico metanfetaminas #drogas #BreakingBad	X	X X	X X X			X
	Redada @mossocat en el Raval contra tráfico d metanfetaminas #drogas #BreakingBad	X	X	X X			X
Febrer	El professor d'anglès que dorm en un caixer cat.elpais.com/cat/2016/02/26... via @elpaiscat	X	X		X		
	La Guàrdia Urbana deté un "Freddy Krueger" al Raval cat.elpais.com/cat/2016/02/18... via @elpaiscat	X	X		X		
	Un prostíbul retirarà la seva publicitat per no perjudicar el Mobile cat.elpais.com/cat/2016/02/16... via @elpaiscat	X	X		X		
Març	Gritos d "viva el Rey" "viva la Legión" #JuevesSanto il·legal @hospitalet	X	X	X			X
	Cristo Buena Muerte "viva la Legión" #JuevesSanto il·legal en @hospitalet. Gritos "viva el rey, viva la muerte"	X	X	X			X
	Centenares en @hospitalet @HospitaletLI esperando q salga el Cristo d la buena muerte #JuevesSanto il·legal #legion	X	X X	X X			X
	Saetas #Legion #JuevesSanto procesiones ilegales @hospitalet #hospitalet los novios d la muerte #SemanaSanta	X	X	X X X X			X
	El líder de @espanyacatalans @EGG1955 en primera fila d la processión no autorizada #JuevesSanto #hospitalet #Legion	X	X X	X X X			X
	La #Legion #SemanaSanta @HospitaletLI @hospitalet	X	X X	X X			X
	El patio d Iglesia Inmaculada @hospitalet #SemanaSanta ilegal con #Legion	X	X	X X			X
	La placa homenaje a	X		X		X	

#germanwings se ha colocado reciclando placa d inauguración d remodelación del aeropuerto en 1992						
Los familiares #Germanwings depositan roses en el monumento de las víctimas	X		X			X
@CruzRojaEsp @mossocat @guardiacivil @policia @emergenciescat en el homenaje #Germanwings	X	X X X X	X			X
@KRLS @MarianoRajoy juntos por primera vez. Homenaje #Germanwings	X	X X	X			X
Un año d la tragedia #Germanwings volveremos al lugar donde despegó A. Lubitz. Homenaje víctimas @marianorajoy @KRLS	X	X X	X			X
Reunión coordinación antiterrorista en @interiorcat con @KRLS y @mossocat #Brussels #JeSuisBruxelles #Bruxelles	X	X X X	X X X			X
Comienza la reunión Antiterrorista en @interiorcat con @KRLS por 1a vez, Jané @mossocat #Bruxelles #Brussels	X	X X X	X X			X
Bandera a media asta en Born CC por las víctimas de #Freginals	X		X		X	
INCIDENCIA Minuto d Silencio @KRLS @AdaColau ... Un desconocido ha lanzado varias monedas @UniBarcelona #Freginals	X	X X X	X			X
Decenas d anónimos muestran sus condolencias en @UniBarcelona #Freginals	X	X	X			X
Los universitarios de Valencia han enviado flores, condolencias y ánimos a la @UniBarcelona #Freginals	X	X	X		X	
13 ramos d roses blancas recuerdan en el vestíbulo de la @UniBarcelona a las víctimas mortales d #Freginals	X	X	X			X
Mensaje de condolencias d @ForcadellCarme en la @UniBarcelona #Freginals	X	X X	X		X	
La comunidad valenciana da su apoyo a las víctimas #Freginals	X		X		X	
@Laiortiz da el pésame en nombre de @bcn_ajuntament	X	X X	X			X

	#Freginals						
	@ForcadellCarme da el pésame a las víctimas d #Freginals en nombre del @parlament_cat	X	X X	X			X
	@ForcadellCarme da el pésame en @UniBarcelona #Freginals	X	X X	X		X	
	Estudiantes Erasmus d Holanda q también habían ido a Valencia en otro autocar #Freginals	X		X			X
	@Grupomemora reserva libros d condolencias, este espacio @uniBarcelona stara abierto hasta el miércoles #Freginals	X	X X	X		X	
	J. Baiget conseller de universidades d @govern también ha expresado sus condolencias @UniBarcelona #Freginals	X	X X	X		X	
	@neusmunte @raulromea y Baiget dan el pésame de la @UniBarcelona #Freginals	X	X X X	X			X
	El conseller universidades da apoyo a víctimas. Mañana 5 min d duelo en todas las universidades	X					X
	"No podemos confirmar la identidad d l fallecidos" "entre ls víctimes (heridos) hay persones españoles" @raulromea	X	X			X	
	@neusmunte @raulromea en la @uniBarcelona de duelo	X	X X X				X
	Els seguidors de l'Arsenal em van humiliar per unes monedes cat.elpais.com/cat/2016/03/18... vía @elpaiscat	X	X		X		

7.3.2. Laura López

Mes	Tuït analitzat	Text	Menció	Etiqueta	Enllaç	Imatge	Vídeo
Gener	Aula d'estudi oberta a la biblioteca Francesc Boix del Poble Sec @btvnoticies @bcn_joventut	X	X X			X	
	130 entitats de tradicions catalanes a Som Cultura Popular @Cultupopularbcn @btvnoticies	X	X X			X	
	Tallada Diagonal sentit	X	X			X	

	Llobregat entre Llacuna i Ciutat de Granada @btvnotícies						
Febrer	Unes dues-centes persones donen suport a l'okupació de la Rimaia @btvnotícies	X	X			X	
	Hilari Salvadó, darrer alcalde republicà de Bcn, recordat al seu bari Barceloneta @btvnotícies	X	X			X	
	Homenatge a Hilari Salvadó, darrer alcalde republicà de la Bcn on plovien bombes @btvnotícies	X	X			X	
Març	Portes obertes i campanya de donació de sang al parc de Llevant @Bcn_Bombers #bombersambcor @btvnotícies	X	X X	X		X	

7.3.3. Jordi Julià

Mes	Tuït analitzat	Text	Menció	Etiqueta	Enllaç	Imatge	Vídeo
Gener	@victoramela ens explica com és l'obra amb la que ha guanyat el #PremiRamonLlull. Ho veiem a @8aldia	X	X X	X		X	
	En una estona s'estrena oficialment @rent_elmusical al Teatre l'Aliança. En directe a @8aldia #rentelmusical #BCN	X	X X	X X		X	
	Grans #EmmaVilarasau i #JordiBoixaderas a #Infàmia a @La_Villarroel M'ha encantat! #teatre dins de teatre	X	X	X X X		X	
	Jnai Bridges (Seattle, Estats Units) s'endú el 53 concurs internacional Tenor Viñas @8aldia #notícies8aldia	X	X	X		X	
	Preocupació a #Flix a l'espera de solucions @AjuntamentFlix 8tv.cat/8aldia/videos/...	X	X	X	X		
	Ara al @teatrelliure	X	X X	X		X	

	presenten el llibre "Arte y reto en la escena: la obra de Núria Espert" #nuriaespert @8aldia						
Febrer	Estem parlant amb @JoanPera_ al @Teatre_Goya per l'estrena de l'Avar aquesta nit. Ho veurem a @8aldia #8aldia	X	X X	X		X	
	@CineTexas2014 projectarà el 20 de febrer @finding_prowse dels mallorquins @tonibestard @marcoscabota dins del Star Wars Fans #StarWars	X	X X X X	X			
Març	A punt de començar la conferència "Demà és ara" al Petit Palau @SantiVila acaba d'arribar. Ho veurem a @8aldia	X	X X			X	

from:enjordiJulia OR from:alfcongostrina OR from:lauralsed...

Populars

En viu

Comptes

Fotos

Vídeos

Més opcions ▾

Qui seguir · Actualitza · Mostra-ho tot



Xarxanet Finançaçament @aj...

Segueix



Fundació Pere Tarrés @Fun...

Segueix



Ara Llibres @arallibres

Segueix

Troba amistats

Tendències · Canvia

#OO

Patrocinat per Huawei Device España

#DiaMundialDeLaBicicleta

49m tuits

#matatasfritas

Tot just comença a ser tendència

#DerechosSinTasa

Ha començat a ser tendència en la darrera hora

#Zapeando600

Ha començat a ser tendència en la darrera hora

#AbrahamMateoEM

4.127 tuits

Corinna

Ara ja fa 3 hores que és tendència

Jamal Crawford

12,8m tuits

Sons of Aguirre

Ara ja fa 5 hores que és tendència

Mafia III

Ara ja fa 2 hores que és tendència

Estelle Balet

Tot just comença a ser tendència

Comptes

Mostra-ho tot



lauraLsedano

@lauraLsedano



Segueix



Alfonso Congostrina

@alfcongostrina ET SEQUEIX



Seguint

Periodista y Criminólogo. Escribo en El País @el_pais @elpaiscatalunya @elpaiscat . Me encontraréis en alfonsocongostrina@gmail.com

8aldia i 3 més segueixen



Jordi Julià @enJordiJulia · 29 gen.

@victoramela ens explica com és l'obra amb la que ha guanyat el #PremiRamonLlull . Ho veiem a @8aldia



2

5



Retuitat per Grup62



Jordi Julià @enJordiJulia · 29 gen.

Moltes felicitats @victoramela @roseramills



El periodista de La Vanguardia Víctor Amela, Premio Ramon Llull
La novela històrica y romàntica 'La filla del capità groc' le ha validat el
galardón
lavanguardia.com

← ↻ 7 ❤️ 16 ⋮



Jordi Julià @enJordiJulia · 26 gen.

En una estona s'estrena oficialment [@rent_elmusical](#) al Teatre l'Aliança. en
directe a [@8aldia](#) [#rentelmusical](#) [#BCN](#)



← ↻ 1 ❤️ 4 ⋮



Retuitat per BTVNOTÍCIES



lauraLsedano @lauraLsedano · 24 gen.

Aula d'estudi oberta a la biblioteca Francesc Boix del Poble Sec [@btvnoticies](#)
[@bcn_joventut](#)



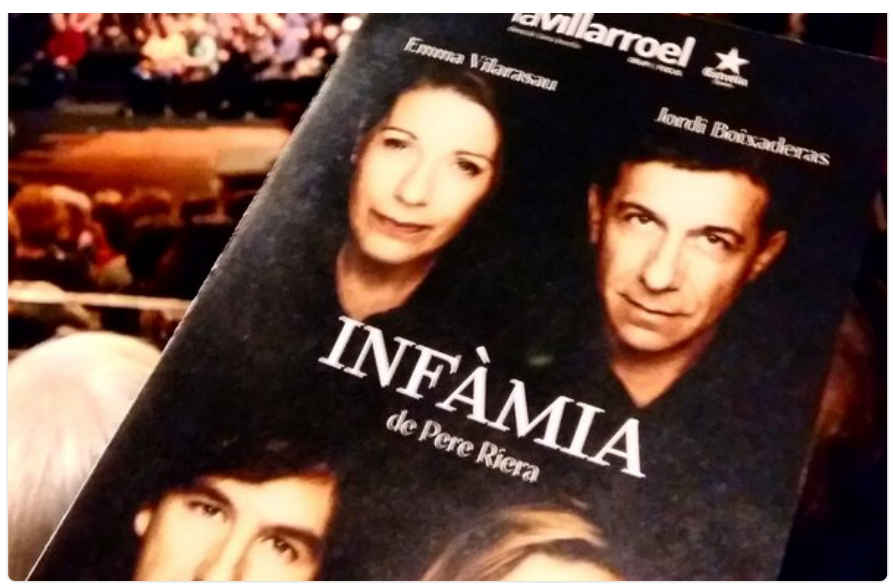
← ↻ 3 ❤️ 3 ⋮



Jordi Julià @enJordiJulia · 23 gen.

Grans [#EmmaVilarasau](#) i [#JordiBoixaderas](#) a [#Infàmia](#) a [@La_Villarroel](#) M'ha
encantat! [#teatre](#) dins de teatre





← ↺ 1 ❤️ 3 ⋮

Retuitat per Barcelona FM i 1 altre



lauraLsedano @lauraLsedano · 23 gen.

130 entitats de tradicions catalanes a Som Cultura Popular @Cultupopularbcn @btvnoticies



← ↺ 6 ❤️ 1 ⋮



Jordi Julià @enJordiJulia · 22 gen.

Jnai Bridges (Seattle, Estats Units) s'endú el 53 concurs internacional Tenor Viñas @8aldia #noticies8aldia



← ↺ 4 ❤️ 2 ⋮



Jordi Julià @enJordiJulia · 22 gen.

Preocupació a #Flix a l'espera de solucions @AjuntamentFlix
8tv.cat/8aldia/videos/...



1



Jordi Julià @enJordiJulia · 20 gen.

La pitjor notícia elperiodico.com/es/noticias/ec... #Flix



5



1



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 gen.

Primera detenida redada en #raval d @mossoscat @barcelona_GUB vs tráfico metanfetaminas #drogas #BreakingBad



1



1



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 gen.

Redada @mossoscat en el Raval contra tráfico d metanfetaminas #drogas #BreakingBad



2



Jordi Julià @enJordiJulia · 18 gen.

Ara al @teatrelliure presenten el llibre "Arte y reto en la escena: la obra de Núria Espert" #nuriaespert @8aldia





Laura Arias i 6 més segueixen



lauraLsedano @lauraLsedano · 17 gen.

Tallada Diagonal sentit Llobretat entre Llacuna i Ciutat de Granada @btvnoticies



Torna a dalt ↑

from:alfcongostrina OR from:lauralsedano OR from:enjordi...

Populars

En viu

Comptes

Fotos

Vídeos

Més opcions ▾

Qui seguir · Actualitza · Mostra-ho tot



Cultura no val res @lacultur...

Seguit per **Laura Baldoví** i més

Segueix



Serena Sáenz @serena_saenz

Seguit per **Ernest Conesa** i ...

Segueix



Lara Sánchez @lara_Snchez

Seguit per **Laura Santos** i més

Segueix

Troba amistats

Comptes

Mostra-ho tot



lauraLsedano

@lauraLsedano



Segueix



Alfonso Congostrina

@alfcongostrina ET SEQUEIX



Segueix

Periodista y Criminólogo. Escribo en El País @el_pais @elpaiscatalunya @elpaiscat . Me encontraréis en alfonsocongostrina@gmail.com

Tendències · Canvia

#OO

Patrocinat per Huawei Device España

#DiaMundialDeLaBicicleta

51,1m tuits

#matatasfritas

Tot just comença a ser tendència

#DerechosSinTasa

Ha començat a ser tendència en la darrera hora

#Zapeando600

Ara ja fa 2 hores que és tendència

#AbrahamMateoEM

Tot just comença a ser tendència

Corinna

Ara ja fa 3 hores que és tendència

Jamal Crawford

14,1m tuits

Sons of Aguirre

Ara ja fa 5 hores que és tendència

Estelle Balet

Tot just comença a ser tendència

Mafia III

Ara ja fa 2 hores que és tendència



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 26 febr.

El professor d'anglès que dorm en un caixer cat.elpais.com/cat/2016/02/26... via @elpaiscat



2



Mostra el resum



En resposta a Montse Riart



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 22 febr.

@montseriart @punsix @tsj_cat @SERCatalunya



Mostra la conversa

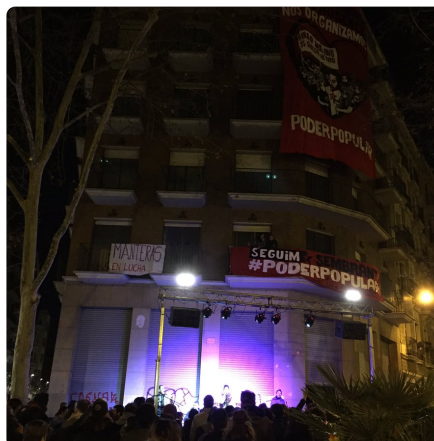


Laura Arias i 6 més segueixen



lauraLsedano @lauraLsedano · 20 febr.

Unes dues-centes persones donen suport a l'okupació de la Rimaia @btvnoticies



lauraLsedano @lauraLsedano · 20 febr.

Hilari Salvadó, darrer alcalde republicà de Bcn, recordat al seu barri Barceloneta @btvnoticies





← ↻ ❤️ ⋮

Retuitat per BTVNOTÍCIES



lauraLsedano @lauraLsedano · 20 febr.

Homenatge a Hilari Salvadó, darrer alcalde republicà de la Bcn on ploïen bombes @btvnoticies



← ↻ 8 ❤️ 6 ⋮

8aldia i 3 més segueixen



Jordi Julià @enJordiJulia · 18 febr.

@maykanavarro @davidfontseca felicitats per aquesta joia de documental!

← ↻ ❤️ ⋮

Mostra la conversa



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 18 febr.

La Guàrdia Urbana deté un 'Freddy Krueger' al Raval
cat.elpais.com/cat/2016/02/18... via @elpaiscat

← ↻ ❤️ 1 ⋮

Mostra el resum

En resposta a Miquela Valls



Jordi Julià @enJordiJulia · 16 febr.

@mvallsbarcelo @JoanPera_ @Teatre_Goya @8aldia la durà a la Fira de Teatre de Manacor!!! Petons Miquela!!!!

← ↻ ❤️ ⋮

Mostra la conversa



Jordi Julià @enJordiJulia · 16 febr.

Estem parlant amb @JoanPera_ al @Teatre_Goya per l'estrena de L'avar aquesta nit. Ho veurem a @8aldia #8aldia



← ↺ 4 ❤️ 12 ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 16 febr.

Un prostíbul retirarà la seva publicitat per no perjudicar el Mobile
cat.elpais.com/cat/2016/02/16... via @elpaiscat

← ↺ ❤️ ⋮

Mostra el resum



Jordi Julià @enJordiJulia · 16 febr.

@CineTexas2014 projectarà el 20 de febrer @finding_prowse dels mallorquins
@tonibestard @MarcosCabota dins del Star Wars Fans #StarWars

← ↺ ❤️ 1 ⋮

 8aldia i 3 més segueixen



Jordi Julià @enJordiJulia · 16 febr.

@CineTexas2014 projectarà @finding_prowse el 20 de febrer a les 22:00 dels
mallorquins @MarcosCabota @tonibestard dins del Star Fans Wars

← ↺ ❤️ ⋮



Torna a dalt ↑

from:alfcongostrina OR from:lauralsedano OR from:enjordi...

Populars

En viu

Comptes

Fotos

Vídeos

Més opcions ▾

Qui seguir · Actualitza · Mostra-ho tot



Ara Llibres @arallibres



Segueix



Xarxanet Finançament @aj...



Segueix



Jordi Évole @jordievole



Segueix

Troba amistats

Tendències · Canvia

#OO

Patrocinat per Huawei Device España

#DiaMundialDeLaBicicleta

51,4m tuits

#matatasfritas

Tot just comença a ser tendència

#DerechosSinTasa

Ha començat a ser tendència en la darrera hora

#Zapeando600

Ara ja fa 2 hores que és tendència

#AbrahamMateoEM

Tot just comença a ser tendència

Corinna

Ara ja fa 3 hores que és tendència

Jamal Crawford

14,3m tuits

Sons of Aguirre

Ara ja fa 5 hores que és tendència

Mafia III

Ara ja fa 2 hores que és tendència

Estelle Balet

Tot just comença a ser tendència



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 25 març



La Legión desfila en L'Hospitalet de Llobregat pese al veto municipal ccaa.elpais.com/ccaa/2016/03/2... vía @el_pais



1



2



Mostra el resum



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 24 març



Gritos d "viva el Rey" "viva la Legión" #JuevesSanto ilegal @hospitalet



15



11



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 24 març



Cristo Buena Muerte "viva la Legión" #JuevesSanto ilegal en @hospitalet. Gritos "viva el rey, viva la muerte"



4



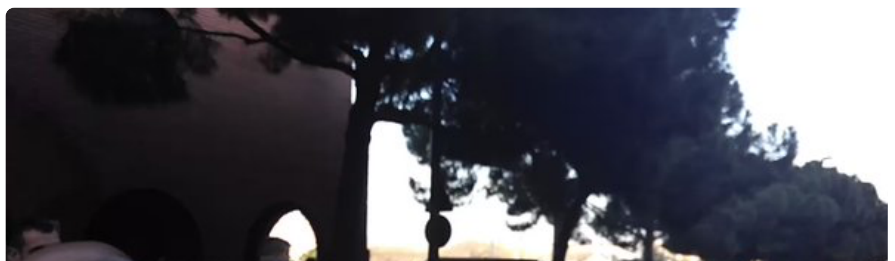
6



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 24 març



Centenares en @hospitalet @HospitaletLI esperando q salga el Cristo d la buena muerte #JuevesSanto ilegal #legion





← ↻ 2 ...



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 24 març

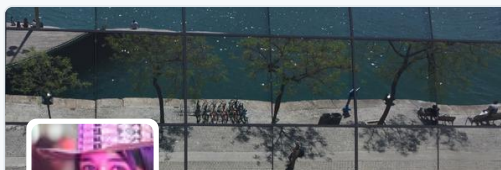
Saetas [#Legion](#) [#JuevesSanto](#) procesiones ilegales [@hospitalet](#) [#hospitalet](#) los novios d la muerte [#SemanaSanta](#)



← ↻ 7 9 ...

Comptes

Mostra-ho tot



lauraLsedano

@lauraLsedano



Segueix



Alfonso Congostrina

@alfcongostrina ET SEGUIEIX

Periodista y Criminólogo. Escribo en El País [@el_pais](#) [@elpaiscatalunya](#) [@elpaiscat](#) . Me encontraréis en alfonsocongostrina@gmail.com



Seguint



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 24 març

El líder de [@espanyacatalans](#) [@EGG1955](#) en primera fila d la procesión no autorizada [#JuevesSanto](#) [#hospitalet](#) [#Legion](#)



7 9



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 24 març
La #Legion #SemanaSanta @HospitaletLI @hospitalet



3 9



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 24 març
El patio d Iglesia Inmaculada @hospitalet #SemanaSanta ilegal con #Legion



2

8aldia i 3 més segueixen



Jordi Julià @enJordiJulia · 23 març
@ipatri y hay algunos en Mallorca. :) Lo contamos hace unos meses en @NoticiesIB3 youtu.be/VJeJL3gpozs ;)

1 1



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 23 març
La placa homenaje a #germanwins se ha colocado reciclando placa d inauguración d remodelación del aeropuerto en 1992





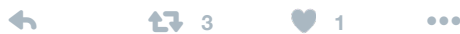
Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 23 març

Los familiares [#Germanwings](#) depositan rosas en el monumento a las víctimas



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 23 març

.@CruzRojaEsp @mossoscat @guardiacivil @policia @emergenciescat en el homenaje [#Germanwings](#)



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 23 març

.@KRLS @marianorajoy juntos por primera vez. Homenaje [#Germanwings](#)



1 3



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 23 març

Un año d la tragedia #Germanwings volvemos al lugar donde despegó A.Lubitz.
Homenaje víctimas @marianorajoy @KRLS



1 3



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 22 març

Reunión coordinación antiterrorista en @interiorcat con @KRLS y @mossoscat
#Brussels #JeSuisBruxelles #Bruxelles

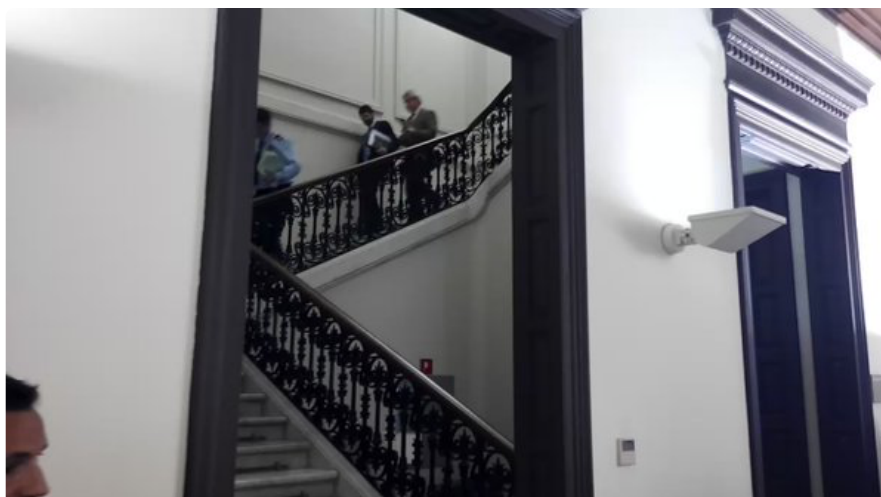


4 3



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 22 març

Comienza la reunión Antiterrorista en @interiorcat con @KRLS por 1a vez, Jané
@mossoscat #Bruxelles #Brussels



3 3



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 21 març





Bandera a media asta en Born Cc por las víctimas de #Freginals



← ↺ ❤️ 1 ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 21 març

INCIDENCIA Minuto d silencio @KRLS @AdaColau ... Un desconocido ha lanzado varias monedas @UniBarcelona #Freginals



← ↺ 3 ❤️ 1 ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 21 març

Decenas d anónimos muestran sus condolencias en @UniBarcelona #Freginals



← ↺ 1 ❤️ ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 21 març

Los universitarios de Valencia han enviado flores, condolencias v ánimos a la





@UniBarcelona #Freginals



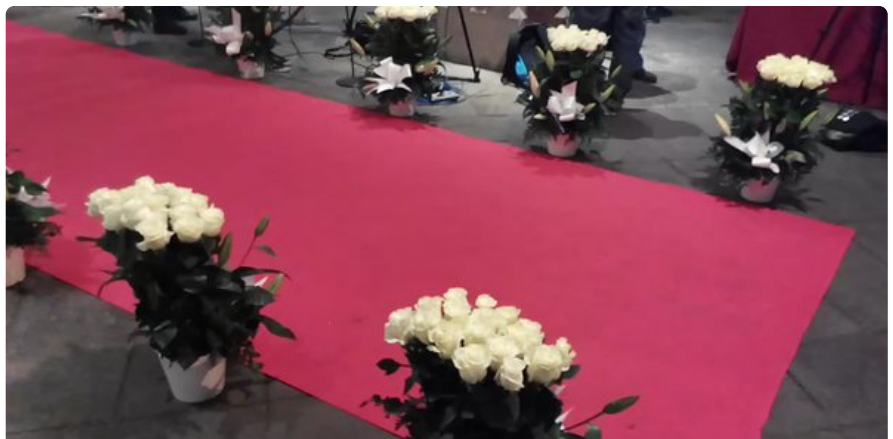
Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 21 març

Ciudadanos anónimos siguen mostrando sus condolencias en @UniBarcelona por la tragedia d #Freginals



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

13 Ramos d rosas blancas recuerdan en el vestíbulo d la @UniBarcelona a las víctimas mortales d #Freginals

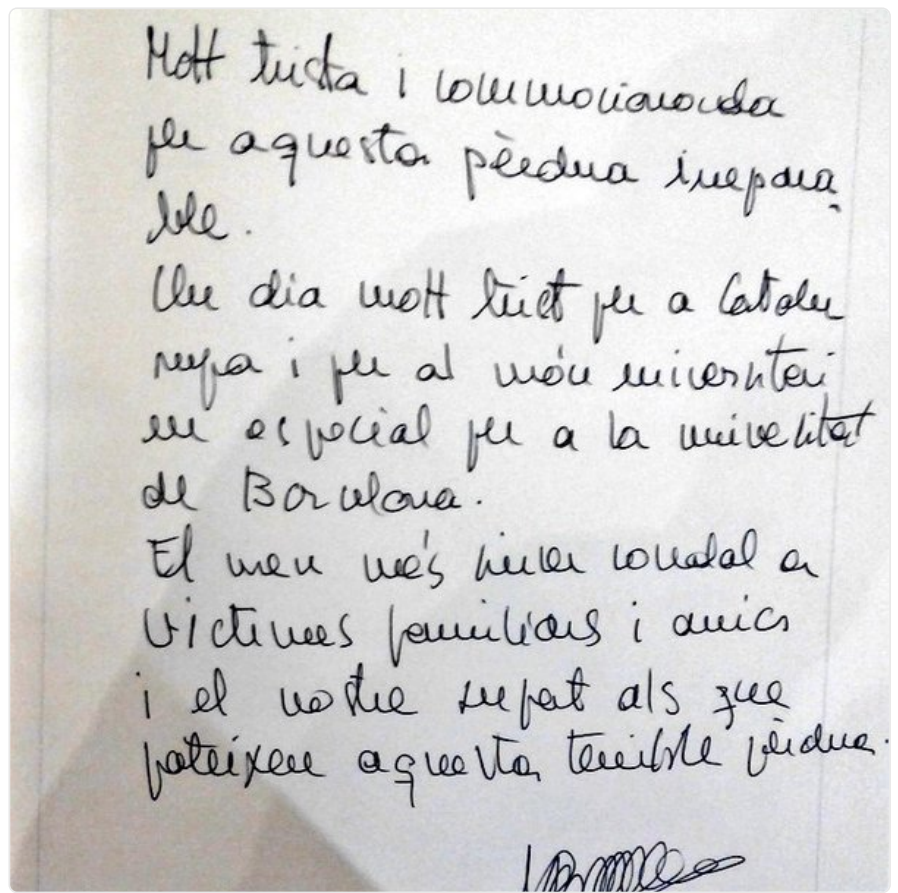


← ↻ 1 ❤️ 1 ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

Mensaje de condolencias d @ForcadellCarme en la @UniBarcelona #Freginals



← ↻ ❤️ ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

La comunidad universitaria da su apoyo a las víctimas #Freginals



← ↻ ❤️ ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

Dolor en @UniBarcelona por la tragedia d #Freginals





← ↻ ❤️ ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

.@Laiaortiz da el pésame en nombre d @bcn_ajuntament #Freginals



← ↻ 2 ❤️ 1 ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

.@ForcadellCarme da el pésame a las víctimas d #Freginals en nombre del @parlament_cat

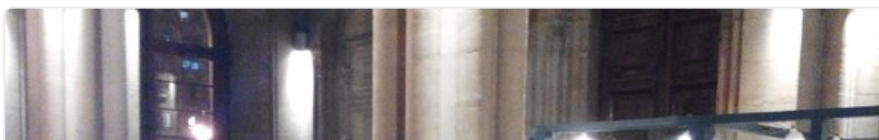


← ↻ 1 ❤️ ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

.@ForcadellCarme da el pésame en @UniBarcelona #Freginals





← ↻ 1 ❤️ ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

Estudiantes erasmus d Holanda q también habían ido a Valencia en otro autocar
#Freginals



← ↻ 1 ❤️ 1 ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

.@GrupoMemora reserva libros d condolencias, este espacio @UniBarcelona
stara abierto hasta el miércoles #Freginals



← ↻ ❤️ ⋮

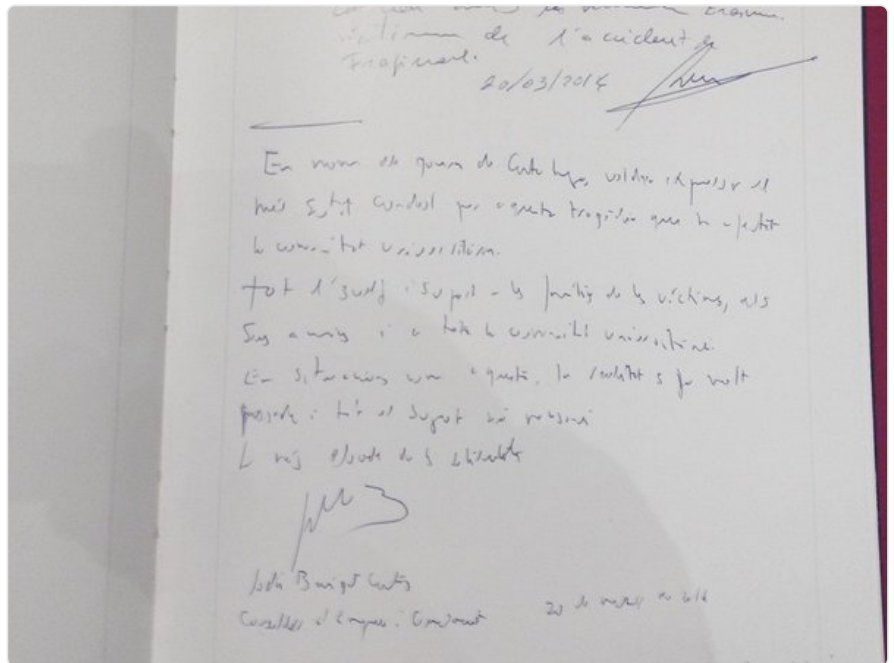


Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

I Raigot conseller de universidades d @govern también ha expresado sus



El Rector de la Universidad de Barcelona y el Gobierno también han expresado sus condolencias @UniBarcelona #Freginals



← ↻ ❤️ ⋮




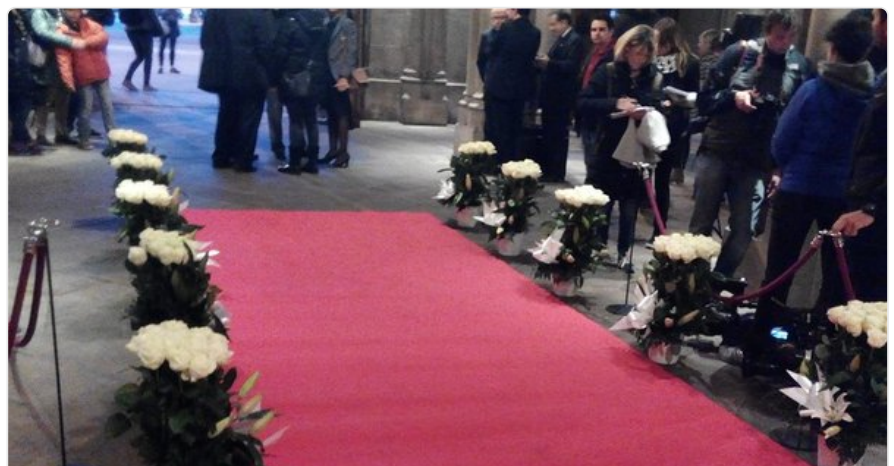
Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març
Duelo en @UniBarcelona #Freginals

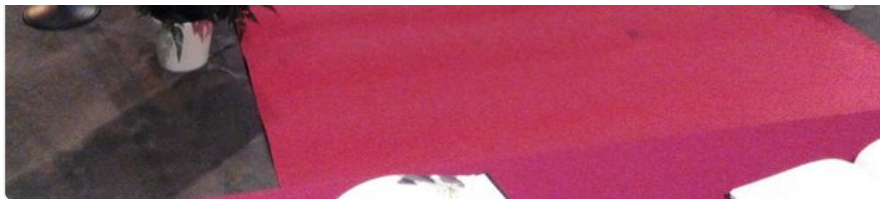


← ↻ 1 ❤️ 1 ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març 
El pasillo de @UniBarcelona adornado por 10 Ramos d rosas blancas en señal d duelo #Freginals





← ↻ 1 ❤️ ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

Dos ciudadanos muestran sus condolencias en @UniBarcelona #Freginals

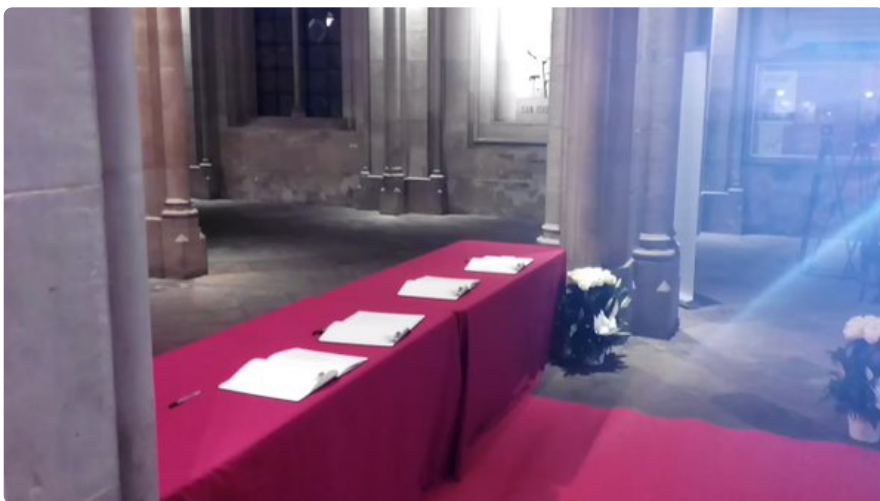


← ↻ ❤️ ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

Cuatro libros condolencias en el vestíbulo d la @UniBarcelona #Freginals



← ↻ ❤️ ⋮



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

.@neusmunte @raulromeva y Baiget dan el pésame de la @UniBarcelona #Freginals





Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

El conseller universitats da apollo a víctimas. Mañana 5 min d duelo en todas las universidades



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

"No podemos confirmar la identidad d l fallecidos" "Entre ls víctimas (heridos) hay personas españoles" @raulromeva



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 20 març

.@neusmunte @raulromeva en la @UniBarcelona de duelo





Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 18 març
"Els seguidors de l'Arsenal em van humiliar per unes monedes"
cat.elpais.com/cat/2016/03/18... via @elpaiscat

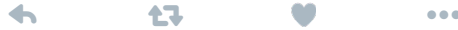


Mostra el resum

En resposta a carmen juan



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 16 març
@mcarmenjuan mil gracias



Mostra la conversa



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 16 març
@mcarmenjuan hola soy periodista de El País. Nos prestas tu video de los hinchas. Prometo nombrarte



En resposta a Cal.lo



Alfonso Congostrina @alfcongostrina · 15 març
@Corquinor a veces cosas peores. Estaba viéndolo y me lo han quitado para ver Casel. Yankis go home



Mostra la conversa

8aldia i 3 més segueixen



Jordi Julià @enJordiJulia · 15 març
A punt de començar la conferència "Demà és ara" al Petit Palau @SantiVila acaba d'arribar. Ho veurem a @8aldia



Retuitat per BTVNOTÍCIES



lauraLsedano @lauraLsedano · 13 març
Portes obertes i campanya de donació de sang al parc de Llevant
@BCN_Bombers #bombersambcor @btvnoticies





Torna a dalt ↑